

**ANALISIS VARIASI KALIMAT DAN PENGGUNAAN TEKNIK  
PERSUASIF DALAM SPANDUK KAMPANYE CALON PRESIDEN DAN  
WAKIL PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2014 DI KOTA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sastra



Oleh  
**Angga Nugroho**  
NIM 08210141003

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2015**

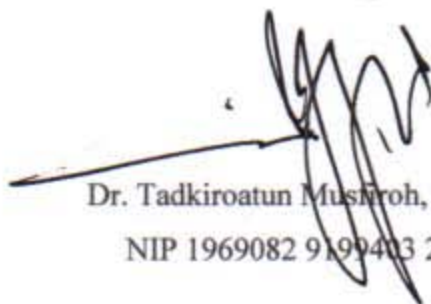
## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul "*Analisis Variasi Kalimat dan Penggunaan Teknik Persuasif Dalam Spanduk Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2014 di Kota Yogyakarta*" ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan siap diujikan



Yogyakarta, 10 Juni 2015

Pembimbing I,

  
Dr. Tadkiroatun Mushroho, M.Hum.  
NIP 1969082 9199403 2 001

Yogyakarta, 10 Juni 2015

Pembimbing II,

  
Siti Maslakhah, M.Hum.  
NIP 19700419 199802 2 001

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Variasi Kalimat dan Penggunaan Teknik Persuasif Dalam Spanduk Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2014 di Kota Yogyakarta* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 1 Juli 2015 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI			
Nama	Jabatan	Tanda tangan	Tanggal
1. Prof. Dr. Suhardi, M.Pd.	Ketua Penguji		10 Agustus 2015
2. Siti Maslakhah, M.Hum.	Sekretaris		11 Agustus 2015
3. Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.	Penguji Utama		11 Agustus 2015
4. Dr. Tadkiroatun Musfiroh, M.Hum.	Penguji Pendamping		03 Agustus 2015

Yogyakarta, 11 Agustus 2015  
Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Dekan,



Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.  
NIP. 19550505 198011 1 001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angga Nugroho

NIM : 08210141003

Program Studi : Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas : Bahasa dan Seni

menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya karya ilmiah ini tidak berisi materi-materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah pada lazimnya.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 10 Juni 2015  
Penulis,



Angga Nugroho  
NIM 08210141003

## **MOTTO**

“Hidup tidaklah untuk mengeluh dan mengaduh, hidup adalah untuk  
mengolah hidup”  
(W. S. Rendra)

“Better Than You”  
(Metallica)

“Kalaupun pada akhirnya kita kalah, setidaknya kita sudah berusaha sekuat  
tenaga”  
(Pramoedya Ananta Toer)

## **PERSEMBAHAN**

Sujud syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. karena dengan rahmat serta hidayah-Nya karya sederhana ini dapat saya selesaikan. Karya ini saya persembahkan, setulus-tulusnya kepada:

1. Ibuku Jumiye dan Bapakku Kusmin. Terimakasih atas segala kasih sayang, cinta, dan doa yang tak pernah padam untuk anakmu ini, serta kesabaran yang luar biasa, terima kasih saya ucapkan sekali lagi untuk kalian yang selalu memberikan segala kebahagiaan selama ini.
2. Untuk kekasihku Sarah Gunawan, terimakasih banyak untuk kesabaran dan segala motivasi untuk aku selama ini sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini, mungkin rasa syukur dan bahagia ini tidak akan pernah hilang.
3. Sahabat-sahabatku yang telah mendukung dan membantuku dalam bentuk apapun, Byute, Shierly, Hanung, Azwar, Hikam, Hafis, dan seluruh teman-teman yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaan dan bantuannya.
4. Teman-teman Prodi Bahasa dan Sastra Indonesia 2008 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terimakasih atas semuanya,
5. Teman-teman rumah Ngampilan Ndaru, Ricky, dan Adit terimakasih kalian sudah mensupport ku untuk segera lulus dan wisuda.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah Swt. atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi (TAS) sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra (S.S). Penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada,

1. Bapak Prof. Dr. Zamzani, M.Pd. Dekan Fakultas Bahasa dan Seni UNY,
2. Bapak Dr. Maman Suryaman, M.Pd. Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FBS Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Suhardi, M.Pd. Ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia FBS, Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dr. Suroso Penasehat Akademik yang telah dengan penuh kesabaran dan keikhlasan membimbing, memberi masukan yang sangat membangun serta memberi pengarahan dari awal kuliah hingga sekarang. Terima kasih atas ilmu yang diberikan, bantuan, segenap dukungan dan perhatian yang diberikan kepada penulis.
5. Dr. Tadkiroatun Musfiroh, M.Hum. dan Siti Maslakhah, M.Hum. Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan hati membimbing, memberi pengarahan dan berbagai masukan secara rinci dan mendetail guna mendapatkan hasil terbaik dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini. Penulis sangat bersyukur mendapatkan seorang pembimbing yang tiada pernah bosan untuk memberikan berbagai masukan yang membangun serta

memberikan banyak motivasi dalam upaya penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, FBS, UNY atas bimbingan dan dukungan yang telah diberikan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini hingga akhir.

Yogyakarta, 10 Juni 2015

Penulis



Angga Nugroho

NIM 08210141003



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	iv
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	vii
<b>DAFTAR ISI .....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xiii
<b>ABSTRAK .....</b>	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian .....	6
F. Manfaat Penelitian .....	6
G. Batasan Istilah .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	8
A. Sintaksis .....	8
B. Kalimat .....	9
C. Variasi Kalimat .....	9
1. Kalimat Berita .....	10
2. Kalimat Tanya .....	11
3. Kalimat Perintah .....	12

4. Kalimat seru .....	13
D. Spanduk .....	14
1. Pengertian spanduk .....	14
E. Persuasif .....	14
1. Pengertian Persuasif .....	14
2. Ciri-ciri Wacana Persuasif .....	16
a. Wacana Persuasif Haruslah Jelas dan Tertib .....	16
b. Wacana Haruslah Hidup dan Bersemangat .....	16
c. Wacana Persuasif Beralasan Kuat .....	16
d. Wacana Persuasif Harus Bersifat Dramatik .....	16
3. Teknik-Teknik Persuasif .....	17
a. Rasionalisasi .....	17
b. Identifikasi .....	17
c. Sugesti .....	18
d. Konformitas .....	19
e. Kompensasi .....	20
f. Penggantian/Substitusi .....	20
g. Proyeksi .....	21
F. Penelitian yang Relevan .....	21
G. Kerangka Pikir .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	26
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	26
C. Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	27
D. Instrumen Penelitian .....	28
E. Teknik Analisis Data .....	31
F. Uji Keabsahan Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Hasil Penelitian .....	35
1. Jenis-jenis Kalimat dan Teknik Persuasif .....	36

2. Teknik Persuasif dalam Variasi Kalimat .....	37
B. Pembahasan .....	37
1. Variasi Kalimat dalam Spanduk Kampanye Pemilu 2014 di Kota Yogyakarta .....	38
a. Kalimat Berita .....	37
b. Kalimat Perintah .....	40
c. Kalimat Seru .....	42
2. Penggunaan Teknik Persuasif dalam Spanduk Kampanye Pemilu 2014 di Kota Yogyakarta .....	47
a. Rasional .....	47
b. Identifikasi .....	49
c. Sugesti .....	51
d. Konformitas .....	53
e. Kompensasi .....	56
f. Penggantian/substitusi .....	57
g. Proyeksi .....	58
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	60
A. Kesimpulan .....	60
B. Implikasi .....	62
C. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	65
<b>LAMPIRAN</b> .....	67

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Data Variasi dan Teknik Persuasif Spanduk Kampanye Capres dan Cawapres Republik Indonesia Tahun 2014 di Kota Yogyakarta .....	68
Tabel 2 : Deskriptif Data Variasi dan Teknik Persuasif Spanduk Kampanye Capres dan Cawapres Republik Indonesia Tahun 2014 di Kota Yogyakarta .....	73

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar Spanduk Kampanye Capres dan Cawapres Republik Indonesia	83
Tahun 2014 di Kota Yogyakarta .....	

**ANALISIS VARIASI KALIMAT DAN PENGGUNAAN TEKNIK  
PERSUASIF DALAM SPANDUK KAMPANYE CALON PRESIDEN DAN  
WAKIL PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2014  
DI KOTA YOGYAKARTA**

Oleh  
**Angga Nugroho**  
NIM 08210141003

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variasi kalimat dalam spanduk kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2014 di Kota Yogyakarta, dan penggunaan teknik persuasif di dalamnya.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini berupa seluruh kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye Capres dan Cawapres tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah spanduk kampanye Capres dan Cawapres tahun 2014 yang ada di Kota Yogyakarta. Objek penelitian ini variasi kalimat dan teknik penggunaan persuasif yang terdapat dalam spanduk kampanye Capres dan Cawapres tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak, baca, dan catat. Teknik pengumpulan data memakai teknik simak bebas libat cakap. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan dan agih. Keabsahan data dalam penelitian ini ditempuh melalui ketekunan pengamatan dan diskusi dengan teman sejawat.

Hasil penelitian ini berupa variasi kalimat yang ditemukan, yaitu kalimat berita, kalimat perintah, dan kalimat seru. Teknik persuasif yang digunakan, yaitu teknik rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, substitusi, dan proyeksi. Adapun perincian hasil variasi kalimat berdasarkan fungsinya sebagai berikut, kalimat seru 28 kalimat, kalimat perintah adalah 20 kalimat, dan kalimat berita sebanyak 11 kalimat sedangkan hasil rincian teknik persuasif yang di penelitian ini, yaitu 4 spanduk menggunakan teknik persuasif rasionalisme, 8 spanduk menggunakan teknik persuasif identifikasi, 16 spanduk menggunakan teknik persuasif sugesti, 17 spanduk menggunakan teknik persuasif konformitas, 1 spanduk menggunakan teknik persuasif kompensasi, 1 spanduk memakai teknik persuasif substitusi, dan 4 spanduk menggunakan teknik persuasif proyeksi.

Kata Kunci: Kalimat, Teknik Persuasif, Spanduk, Kampanye

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam penggunaan bahasa, manusia dapat menyampaikan maksud serta beberapa tujuan yang ingin dicapai. Dalam menyampaikan atau mengutarakan isi pikiran dan perasaan, manusia dapat melakukan melalui dua cara yaitu secara lisan dan tulisan. Keduanya mempunyai kelebihan dan kekurangan. Berbahasa yang baik dan benar bukan berarti harus selalu menggunakan bahasa baku atau resmi dalam setiap berkomunikasi. Hal yang lebih penting adalah harus menggunakan satu ragam tertentu yang harus sesuai dengan fungsi ragam tersebut untuk satu situasi dan keperluan tertentu. Dalam situasi dan keperluan resmi, seperti dalam pendidikan di sekolah, dalam rapat dinas, dan surat-menyurat dinas, haruslah digunakan ragam bahasa baku atau bahasa resmi. Untuk keperluan dan situasi tidak resmi, seperti percakapan dalam keluarga, percakapan antarteman, dan surat-menyurat pribadi tidaklah perlu menggunakan ragam baku itu, malah sebaliknya harus digunakan salah satu ragam nonformal (Razak, 1985 : 58).

Melalui bahasa, kebudayaan suatu bangsa dapat dibentuk, dibina dan dikembangkan serta dapat diturunkan kepada generasi-generasi mendatang. Dengan adanya bahasa sebagai alat komunikasi, maka semua yang berada di sekitar manusia peristiwa-peristiwa, binatang-binatang, tumbuh-tumbuhan, hasil cipta karya manusia dan sebagainya, mendapat tanggapan dalam pikiran manusia, disusun dan diungkapkan kembali kepada orang-orang lain sebagai bahan

komunikasi. Komunikasi melalui bahasa ini memungkinkan setiap orang untuk menyesuaikan dirinya dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya.

Hal ini telah banyak memetik keuntungan dari kemajuan yang dicapai oleh linguistik. Pengajaran bahasa yang berlandaskan teori linguistik mengakui bahwa dalam hal memilih materi, penekanan harus lebih diberikan kepada masalah kalimat dan pemakainya. Tujuan primer harus diletakan pada keterampilan menggunakan kalimat secara efektif, baik untuk memberitahukan atau menanyakan sesuatu maupun untuk membahasakan masalah dan membahasakan ekspresi kejiwaannya. Sebab kalimat adalah unsur kesatuan yang paling kecil dalam bahasa (Razak, 1985 : 4).

Kalimat yang efektif itu bervariasi. Di dalam sebuah alinea, kalimat yang bervariasi itu merupakan santapan yang menarik dan nikmat. Kalimat itu juga dapat meriangkan pembaca, bukan saja memahaminya mudah, tetapi terutama karena sifatnya yang menyenangkan. Dengan demikian variasi kalimat mampu membuka selera pembaca. Jadi, variasi itu sangat penting. Bukan saja dalam kalimat sebuah karya tulis, tapi juga dalam kehidupan pada umumnya. Di dalam unsur kalimat terdapat variasi untuk mencapai kata yang ingin kita ucapkan. Variasi tidak lain daripada menganeka-ragamkan bentuk-bentuk bahasa agar tetap terpelihara minat dan perhatian orang (Razak, 1985 : 107).

Dalam penelitian ini yang akan dibicarakan adalah masalah variasi kalimat. Ada banyak sekali jenis kalimat, akan tetapi dalam kajian ini hanya dibatasi pembahasannya tentang kalimat tanya, berita, perintah dan seru yang terdapat dalam spanduk kampanye pemilu presiden tahun 2014 di Kota Yogyakarta.



Spanduk dipilih karena hampir semua partai menggunakan spanduk sebagai alat untuk berkampanye. Spanduk memiliki keistimewaan tersendiri untuk diteliti. Adapun keistimewaan itu antara lain adalah jumlah spanduk yang banyak dan beragam, kalimat yang terdapat dalam spanduk tertulis jelas, dan sebagai alat untuk berkampanye spanduk mudah untuk didapatkan.

Penelitian ini ditujukan pada spanduk kampanye pemilu presiden tahun 2014. Dalam pemilu ini terpilih 2 calon presiden dan calon wakil presiden, yaitu pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla serta pasangan Prabowo dan Hatta. Kedua pasangan ini berasal dari partai yang berbeda dan memiliki visi misi yang berbeda pula. Dengan adanya perbedaan ini menyebabkan kedua pasangan calon presiden membuat cara yang berbeda dalam membuat spanduk sebagai alat untuk berkampanye. Kata-kata yang dirangkai menjadi kalimat dalam spanduk merupakan suatu objek yang belum pernah diteliti sebelumnya.

Kembali kepada tujuan dari spanduk adalah persuasif maka komunikasi persuasif terjadi apabila pesan spanduk dibuat semenarik mungkin sehingga dapat memiliki pengaruh yang dapat diperhitungkan oleh sikap dan perilaku pembaca yang menjadi sasaran spanduk tersebut. Teknik persuasif yang digunakan dalam bahasa spanduk adalah rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, dan penggantian (Keraf, 1994 : 124).

Penelitian ini akan ditujukan pada permasalahan bahasa yaitu kalimat yang digunakan dalam spanduk kampanye calon presiden dan calon wakil presiden RI di pemilu tahun 2014. Penelitian ini akan melihat seberapa jauh dan detailnya penggunaan kalimat persuasif dan jenis kalimat yang digunakan dalam spanduk

partai politik. Kesimpulannya spanduk adalah alat berkampanye yang paling efektif bagi para calon presiden dan wakil presiden untuk memikat hati masyarakat agar memilih mereka dalam pemilu yang telah diselenggarakan.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka masalah-masalah yang muncul dalam bahasa spanduk kampanye partai politik di tahun 2014 dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Penggunaan variasi kalimat dalam bahasa spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan variasi kalimat dalam bahasa spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta belum diketahui.
3. Topik spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta.
4. Mendeskripsikan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan maka masalah dalam penelitian ini akan dibatasi pada dua masalah berikut ini.

1. Variasi kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta.
2. Penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta.

Kedua masalah di atas dipilih karena dianggap paling penting dari beberapa identifikasi masalah sebelumnya. Selain penting, dari kedua masalah tersebut termasuk dalam kajian bahasa Indonesia.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah ditetapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa saja wujud penggunaan variasi kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta ?
2. Bagaimana teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta ?

Dari kedua masalah tersebut akan diteliti secara mendalam pada penelitian ini dengan menggunakan beberapa teori dari para ahli bahasa. Diharapkan dari penelitian ini dapat berguna bagi penulis dan bagi masyarakat serta lebih khususnya bagi penelaahan bahasa Indonesia.

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini akan disesuaikan dengan kedua masalah yang ada. Tujuannya adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan variasi kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye calon presiden dan wakil presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta.
2. Mendeskripsikan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon presiden dan wakil presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Adapun manfaat itu adalah manfaat secara praktis yang diharapkan penelitian ini dapat menambah daya kreatif dalam membuat spanduk sebagai salah satu media untuk berkampanye. Diharapkan dapat dijadikan acuan atau referensi partai politik dalam penggunaan bahasa spanduk pada kampanye berikutnya. Selain itu dapat pula dijadikan sebagai dokumen yang nantinya bisa menjadi bahan acuan yang menarik.

#### **Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan sumbangan bagi perkembangan linguistik bidang sintaksis. Terutama tentang kalimat dan teknik persuasif agar dapat menjadi acuan yang akurat bagi penelitian selanjutnya.

## **G. Batasan Istilah**

Batasan istilah dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Variasi kalimat adalah berbagai macam atau jenis dari kalimat, misalnya kalimat berita (*deklaratif*), kalimat tanya (*interogatif*), kalimat perintah (*imperatif*), dan kalimat seru (*eksklamatif*).
2. Teknik persuasif adalah cara untuk memaparkan sesuatu hal yang berdaya membujuk dan dapat menarik perhatian bagi para pembacanya.
3. Spanduk merupakan salah satu media yang digunakan dalam berkampanye yang biasanya berisi tentang kalimat-kalimat dan gambar untuk menarik yang siapa saja yang melihat.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Sintaksis**

Tata bahasa tradisional mendasarkan analisisnya pada arti. Kalimat ditentukan berdasarkan arti sebagai susunan kata-kata yang menyatakan suatu maksud, perasaan, atau buah pikiran. Istilah sintaksis secara langsung terambil dari bahasa Belanda *syntaxis*. Dalam bahasa Inggris digunakan istilah *syntax*. Sintaksis ialah bagian atau cabang dari ilmu bahasa yang membicarakan seluk beluk wacana, kalimat, klausa, dan frasa, berbeda dengan morfologi yang membicarakan seluk beluk kata dan morfem (Ramlan, 2005: 18).

Menurut (Soeparno, 1993: 29) sintaksis adalah subdisiplin linguistik yang menelaah struktur bahasa dari tatanan frasa sampai kalimat. Biasanya morfologi dan sintaksis digabung menjadi satu dengan istilah grammar atau gramatikal.

Sintaksis membicarakan kata dengan kata lain atau unsur-unsur lain suatu bentuk satuan ujaran. Secara etimologis sintaksis berarti menempatkan kata secara bersama-sama menjadi kelompok kata atau kalimat. Dalam pembahasan sintaksis dibicarakan masalah struktur sintaksis yang mencakup tiga tataran, yaitu tataran fungsi, tataran kategori, dan tataran peran. Satuan-satuan sintaksis berupa frase, klausa, kalimat, dan wacana. Hal-hal lain yang termasuk dan berkenaan dengan sintaksis adalah seperti modulitas dan aspektualitas (Chaer, 2009: 4). Penelitian ini objek utama adalah kalimat, oleh karena itu induk dasarnya penelitian ini adalah menggunakan sintaksis sebagai cabang ilmu linguistik yang mempelajari tentang kalimat.

## **B. Kalimat**

Kaum struktural memberikan definisi bahwa kalimat adalah satuan gramatikal yang tidak berkontruksi lagi dengan bentuk lain. Tidak berkontruksinya dengan bentuk lain itu ditandai dengan adanya intonasi final. Definisi lain juga menyebutkan bahwa kalimat adalah satuan gramatik yang bermakna proposisi yang secara potensial terdiri dari klausa-klausa. Disini dikatakan secara potensial sebab memang ada kalimat yang hanya terdiri dari satu klausa. Oleh para ahli tata bahasa tradisional dinamakan kalimat tunggal (Soeparno, 1993: 90).

Pada dasarnya kalimat memiliki berbagai macam variasi atau jenis. Adapun variasi-variasi kalimat tersebut akan dijelaskan satu persatu berikut ini.

## **C. Variasi Kalimat**

Variasi adalah tindakan, keadaan, atau hasil perubahan dari keadaan semula, selain itu juga berarti sebagai bentuk rupa yang lain (KBBI Depdiknas, 2008: 1797). Menurut Finoza (2001: 132) kalimat dibagi menjadi (1) kalimat berita (deklaratif), (2) kalimat tanya (interogatif), (3) kalimat perintah (imperatif), (4) kalimat seru (eksklamatif). Pada bahasa lisan kalimat-kalimat itu dicirikan oleh intonasi masing-masing yang khas. Pada bahasa tulis kalimat-kalimat itu dicirikan oleh tanda baca akhir.

## 1. Kalimat Berita (Deklaratif)

Berdasarkan fungsinya dalam hubungan situasi, kalimat berita berfungsi untuk memberitahukan sesuatu kepada orang lain sehingga tanggapan yang diharapkan berupa perhatian seperti tercermin pada pandangan mata yang menunjukkan adanya perhatian. Kadang-kadang perhatian itu disertai anggukan, kadang-kadang pula disertai ucapan “ya”(Ramlan, 2005:27).

Kalimat berita memiliki pola intonasi berita, yaitu [2] 3 // [2] 3 1 # dan [2] 3 // [2] 3 # apabila P-nya terdiri dari kata-kata yang suku kedua dari belakang bervokal /ə/ seperti kata *keras, cepat, kering, tepung, bekerja*. Di samping itu dalam kata-kata berita tidak terdapat kata-kata tanya seperti *apa, dimana, kemana, kapan, siapa, dan mengapa*. Kata-kata ajakan seperti *mari, ayo, silahkan*, serta larangan *jangan* juga tidak diperkenankan (Ramlan, 2005:27).

Kalimat berita (deklaratif) adalah kalimat yang dipakai oleh penutur untuk menyatakan suatu berita kepada mitra pembicara. Bentuk kalimat berita bersifat bebas, boleh inversi atau biasa, aktif atau pasif, tunggal atau majemuk, dan sebagai yang terpenting isinya merupakan pemberitaan. Pada bahasa lisan, kalimat ini berintonasi menurun dan pada bahasa tulis kalimatnya bertanda baca akhir titik. Contoh: *Pembagian beras gratis di kampungku dilakukan kemarin pagi* (Ramlan, 2005:27).



## 2. Kalimat Tanya (Interogatif)

Kalimat tanya (interogatif) adalah kalimat yang dipakai oleh penutur untuk memperoleh informasi atau reaksi berupa jawaban yang diharapkan dan mitra berbahasanya. Pada bahasa lisan kalimat ini berintonasi akhir naik dan pada bahasa tulis kalimatnya diakhiri dengan tanda tanya (Ramlan, 2005). Selain hadirnya tanda tanya, dalam kalimat tanya sering pula hadir kata tanya *bagaimana, kapan, bilamana, di mana, yang mana, siapa, apa (kah)*. Contoh:

*Kapan kakakmu berangkat ke Inggris?  
Siapa tokoh pendiri Perguruan Tamansiswa?*

Kalimat yang diakhiri dengan kata *belum, bukan, dan tidak*, disebut kalimat *embelan*. Contoh:

*Kakakmu sudah diwisuda, bukan?  
Kamu sudah makan, atau belum?  
PR-mu dapat kamu kerjakan, atau tidak?*

Kalimat tanya berfungsi untuk menanyakan sesuatu. Kalimat ini memiliki pola intonasi yang berbeda dengan pola intonasi kalimat berita. Perbedaannya terutama terletak pada nada akhirnya. Pola intonasi kalimat berita bernada akhir turun, sedangkan pola kalimat tanya bernada akhir naik, di samping nada suku terakhir yang lebih tinggi sedikit dibandingkan dengan nada suku terakhir pola intonasi kalimat. Dalam kalimat berita biasanya ditandai dengan adanya kata-kata tanya, yaitu *siapa, mengapa, kenapa, dimana, apa, berapa, dan bagaimana* (Ramlan, 2005: 28).

### 3. Kalimat Perintah (Imperatif)

Kalimat perintah (imperatif) dipakai jika penutur ingin menyuruh atau melarang orang berbuat sesuatu. Pada bahasa lisan kalimat ini berintonasi akhir menurun dan pada bahasa tulis kalimat ini diakhiri dengan tanda seru ataupun tanda titik. Berdasarkan fungsinya dalam hubungan situasi, kalimat suruh mengharapkan tanggapan yang berupa tindakan dari orang yang diajak berbicara. Menurut Ramlan (2005: 40), kalimat perintah dapat dipilah lagi menjadi kalimat perintah yang sebenarnya, kalimat persilahan, kalimat ajakan, dan kalimat larangan.

- a. Kalimat perintah yang sebenarnya ditandai oleh pola intonasi perintah. Selain itu, apabila P-nya terdiri dari kata verbal intransitif, bentuk kata verbal itu tetap, hanya partikel *-lah* dapat ditambahkan pada kata verbal itu untuk menghaluskan perintah, S-nya sebagai persona ke-2 boleh dibuang, boleh tidak.

Contoh : *Duduk !*  
*Beristirahatlah !*  
*Datanglah engkau ke rumahku !*

- b. Kalimat persilahan selain ditandai oleh pola intonasi perintah, kalimat persilahan ditandai juga oleh penambahan kata *silahkan* yang diletakkan di awal kalimat. S kalimat boleh dibuang, boleh juga dipakai.

Contoh : *Silahkan Bapak duduk disini !*  
*Silahkan beristirahat !*  
*Silahkan berangkat dahulu !*

- c. Kalimat ajakan ini berdasarkan fungsinya dalam hubungan situasi, juga mengharapkan suatu tanggapan yang berupa tindakan, hanya perbedaannya adalah tindakan itu bukan hanya dilakukan oleh orang yang diajak bicara

melainkan juga oleh orang yang berbicara atau penuturnya. Di samping ditandai oleh pola intonasi perintah, kalimat ini juga ditandai oleh adanya kata-kata ajakan, yaitu *mari*, *ayo*, yang diletakkan di awal kalimat. Partikel *-lah* juga dapat ditambahkan pada kedua kata itu menjadi *marilah* dan *ayolah*. S kalimat boleh dibuang, boleh juga ditambahkan.

Contoh : *Mari kita berangkat sekarang !*  
*Ayolah duduk di depan !*  
*Ayo kita bermain sepak bola !*

- d. Kalimat larangan selain ditandai oleh pola intonasi perintah, kalimat larangan ini ditandai juga dengan kata *jangan* di awal kalimat. Partikel *-lah* dapat ditambahkan pada kata tersebut untuk memperhalus larangan. S kalimat boleh dibuang atau boleh disertakan.

Contoh : *Jangan engkau membaca buku itu !*  
*Janganlah engkau pulang sendirian !*

#### **4. Kalimat Seru (Ekslamatif)**

Kalimat seru (ekslamatif) dipakai oleh penutur untuk mengungkapkan perasaan emosi yang kuat, termasuk kejadian yang tiba-tiba dan memerlukan reaksi spontan. Pada bahasa lisan kalimat ini berintonasi naik dan pada bahasa tulis ditandai dengan tanda seru pada akhir kalimatnya (Ramlan, 2005: 43).

Contoh: *Aduh, saya terpeleset!*  
*Wah, pintar benar anak ini!*

## **D. Spanduk**

### **1. Pengertian Spanduk**

Spanduk menurut (KBBI Depdiknas, 2008: 1499) adalah kain yang direntangkan, yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum, kain rentang. Oleh karena itu spanduk merupakan salah satu media untuk beriklan. Dalam beriklan di spanduk, kreator spanduk selalu mengandalkan bahasa, pemilihan diksi, dan gambar sebagai alat utama untuk menarik dan memaparkan suatu hal yang diiklankan. Pemilihan diksi yang tepat diharapkan dapat membantu dalam memaparkan dan menarik minat para pembaca. Selain pemilihan diksi, dalam membuat spanduk, juga memanfaatkan gambar. Penggunaan gambar ini berguna untuk memperjelas kata-kata yang ada dalam spanduk tersebut. Dalam penelitian ini gambar juga akan digunakan sebagai penjelas konteks dalam meneliti bahasa atau kalimat yang diteliti.

## **E. Persuasif**

### **1. Pengertian Persuasif**

Menurut Marwoto dkk. (1987: 176) istilah persuasif merupakan alihan bentuk kata *persuasion* dalam bahasa Inggris. Bentuk *persuasion* tersebut diturunkan dari kata kerja *to persuade* yang artinya ‘membujuk atau meyakinkan’. Jadi wacana persuasi adalah wacana yang berisi paparan berdaya bujuk, ataupun berdaya himbau yang dapat membangkitkan ketergiuran pembacanya atau meyakinkan dan menuruti himbauan implisit maupun eksplisit yang dilontarkan oleh penulis atau pembuatnya.

Selain itu menurut Alwi dkk. (2005:864) persuasi dapat berarti ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkannya, bujukan halus, atau berarti karangan yang bertujuan membuktikan pendapat. Persuasi tidak mengambil bentuk paksaan atau kekerasan terhadap orang yang menerima persuasi. Oleh sebab itu wacana persuasi memerlukan upaya-upaya tertentu untuk merangsang orang mengambil keputusan sesuai dengan keinginan penulis. Upaya yang bisa digunakan adalah menyodorkan bukti-bukti, walaupun tidak setegas yang dilakukan dalam argumentasi. Bentuk-bentuk persuasi yang dikenal umum adalah: (1) propaganda yang dilakukan oleh golongan-golongan atau badan- badan tertentu, (2) iklan dalam surat kabar, majalah, atau media massa lainnya, (3) selebaran-selebaran.

Persuasi selalu bertujuann untuk merubah pikiran orang lain. Oleh karena itu pembuat iklan berusaha membujuk agar orang lain dapat menerima atau melakukan sesuatu yang diinginkan oleh si pembuat iklan. Untuk itu, perlu diciptakan kepercayaan terhadap produk. Persuasi itu sendiri adalah salah satu usaha untuk menciptakan kesesuaian atau kesepakatan melalui kepercayaan. Orang yang menerima persuasi akan turut puas dan gembira karena ia tidak menerima keputusan itu berdasarkan ancaman (Keraf, 1994: 118-119).

Walaupun struktur wacana persuasi kadang-kadang sama dengan wacana argumentasi, tetapi diksinya berbeda. Tidak jarang pula wacana persuasi adalah suatu bentuk eksposisi yang dikawinkan dengan deskripsi tetapi mempunyai tujuan tertentu, yaitu menggoda pembaca untuk melakukan sesuatu atau mengarahkan pembaca kepada suatu sikap tertentu.

## **2. Ciri-ciri Wacana Persuasif**

Wacana persuasif adalah wacana yang dapat merebut perhatian pembaca, yang dapat menarik minat dan yang dapat meyakinkan pembacanya. Menurut (Tarigan, 1992: 108) ciri-ciri wacana persuasif adalah sebagai berikut.

### **a. Wacana Persuasif Haruslah Jelas dan Tertib**

Maksud dan tujuan penulis disampaikan secara terbuka atau dikemukakan dengan jelas. Kosakata diatur sedemikian rupa sehingga pembaca mengalihkan perhatian pada sepenggal tulisan.

### **b. Wacana Haruslah Hidup dan Bersemangat**

Segala sesuatu yang mempunyai daya tarik kuat terhadap indera adalah hidup. Warna yang hidup dan cerah memikat mata, nada yang hidup nyaman didengar. Lebih khusus lagi kata-kata yang hidup, cerah, bersemangat adalah kata-kata yang dapat menyentuh perasaan, suasana, pandangan, pikiran, selera, dan gairah.

### **c. Wacana Persuasif Beralasan Kuat**

Wacana yang beralasan kuat berdasarkan pada fakta-fakta dan penalaran-penalaran. Bebas dari generalisasi yang hampa serta pendapat yang tidak mempunyai dasar dan prasangka yang tidak-tidak.

### **d. Wacana Persuasif Harus Bersifat Dramatik**

Wacana persuasif harus dapat memanfaatkan ungkapan-ungkapan yang hidup dan kontras-kontras yang mencolok. Seperti halnya dalam pentas drama, maka penulis persuasif pun haruslah dapat membuat rasa tegang atau *suspense*. Penulis harus dapat menjaga agar perhatian pembaca tidak sempat kendor.

### **3. Teknik-Teknik Persuasif**

Menurut (Keraf, 1994: 124) teknik-teknik yang digunakan dalam persuasif adalah meliputi hal-hal berikut ini.

#### **a. Rasionalisasi**

Teknik persuasif dapat dibatasi sebagai suatu proses penggunaan akal untuk memberikan suatu dasar pembenaran kepada suatu persoalan, dasar atau alasan itu tidak merupakan sebab langsung dari masalah itu. Kebenaran yang dibicarakan dalam persuasif bukanlah suatu kebenaran mutlak, tetapi hanya kebenaran yang berfungsi meletakkan dasar-dasar dan melicinkan jalan agar keinginan, sikap, kepercayaan, keputusan atau tindakan yang telah ditentukan atau diambil dapat dibenarkan. Rasionalisasi dalam persuasi akan berlangsung dengan baik apabila pembicara atau penulis mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan hadirin atau pembaca, serta bagaimana sikap dan keyakinan mereka. Ciri yang menonjol dalam teknik ini adalah melibatkan rasio atau pemikiran yang begitu mendalam. Contoh penggunaan rasionalisasi adalah kesanggupan mengendalikan emosi sehingga isi sesuai dengan maksud yang akan dicapai persuasinya (Keraf, 1994: 123).

#### **b. Identifikasi**

Persuasif berusaha menghadirkan situasi konflik dan sikap ragu-ragu, maka pembicara atau penulis harus menganalisa hadirin atau pembacanya dan seluruh situasi yang dihadapinya dengan seksama. Oleh karena itu, pembicara dengan

mudah dapat mengidentifikasikan dirinya dengan hadirin. Hal ini sering digunakan oleh para calon wakil rakyat dalam pemilu yang berusaha mengidentifikasikan dirinya sebagai “anak dan wakil rakyat” sebagai orang yang dilahirkan dan dibesarkan dalam lingkungan petani, nelayan, buruh, dan sebagainya sehingga ia benar-benar akan memperhatikan kepentingan lingkungan pribadi. Karena ia merasakan dan melihat sendiri apa yang dibutuhkan oleh masyarakat yang dihadapainya, maka ia akan memperjuangkan mati-matian kebutuhan itu, yang sekaligus juga adalah kebutuhan sendiri. Perjuangan ini akan tercapai apabila hadirin memberikan suara kepadanya atau kepada golongannya. Ciri utama dalam teknik adalah adanya identitas yang diidentifikasikan sebagai pembaca atau rakyat kebanyakan (Keraf, 1994: 125).

### **c. Sugesti**

Sugesti adalah suatu usaha membujuk atau mempengaruhi orang lain untuk menerima suatu keyakinan atau pendirian tanpa memberi suatu dasar kepercayaan yang logis pada orang yang ingin dipengaruhi. Dalam kehidupan sehari-hari sugesti itu biasanya dilakukan dengan kata-kata dan nada suara. Rangkaian kata-kata yang menarik dan meyakinkan disertai nada suara yang penuh dan berwibawa dapat memungkinkan seseorang mempengaruhi kehadiran yang diajak bicara dengan mudah. Suatu kesan yang tidak mungkin terkikis adalah keyakinan bahwa sugesti pertama-tama memperoleh kekuatan emosionalnya pada rasa ketaatan dan kepatuhan parental. Orang tua atau pengganti orang tua dianggap serba tahu dan serba berkuasa, sehingga apa yang dilakukan atau dikatakannya



selalu mempunyai daya sugesti yang ampuh. Oleh karena itu, seseorang yang ingin mengadakan persuasif dengan hasil yang di inginkan, dapat memanfaatkan kekuatan sugesti parental. Ia harus berusaha menampilkan figur yang dapat menggantikan kedudukan orang tua, menampilkan orang yang penuh kasih sayang, atau dihormati hadirin. Teknik ini mempunyai ciri utama yaitu bahwa kekuatan emosional yang didapat berasal dari ciri utama yaitu bahwa kekuatan emosional yang didapat berasal dari kekuatan dan kepatuhan kepada sesuatu atau seseorang (Keraf, 1994: 126).

#### **d. Konformitas**

Konformitas adalah suatu keinginan atau tindakan untuk membuat diri serupa dengan sesuatu yang lain. Konformitas adalah suatu mekanisme mental untuk menyesuaikan diri atau mencocokkan diri dengan sesuatu yang diinginkan itu. Sikap yang diambil pembicara atau penulis untuk menyesuaikan diri dengan keadaan supaya tidak timbul ketegangan adalah juga termasuk juga dalam konformitas. Tampaknya teknik ini mirip dengan identifikasi. Bedanya dalam identifikasi pembicara atau penulis hanya menyajikan beberapa hal yang menyangkut dirinya dengan kehadiran atau pembicara. Dalam konformitas pembicara memperlihatkan bahwa mampu berbuat dan bertindak sebagai para hadirin (Keraf, 1994: 128).

#### **e. Kompensasi**

Kompensasi adalah suatu tindakan atau hasil dari usaha untuk mencari suatu pengganti (substitute) bagi suatu hal yang tidak dapat diterima, atau suatu sikap, atau keadaan yang tidak dapat dipertahankan. Usaha mencari substitute terjadi karena tindakan atau keadaan yang asli sudah mengalami frustrasi. Penulis mengajak pembaca untuk menciptakan keadaan yang lebih baik, dan diharapkan oleh rakyat (Keraf, 1994: 129).

#### **f. Penggantian (*displacement*) atau Substitusi**

Penggantian adalah suatu proses yang berusaha menggantikan suatu maksud atau hal yang mengalami rintangan dan suatu maksud hal lain yang sekaligus juga menggantikan emosi kebencian, asli, atau kadang-kadang emosi cinta kasih yang asli. Dalam persuasi pembicara atau penulis berusaha meyakinkan hadirin atau pembaca untuk mengalihkan suatu obyek atau tujuan tertentu kepada suatu tujuan lain. Dalam hal ini ada kemiripan dengan kompensasi. Contoh dari penggantian misalnya, *kambing hitam* dalam *kambing hitam* , suatu obyek yang menjadi sasaran kebencian atau kemarahan dialihkan atau digantikan dengan obyek lain yang sebenarnya tidak harus menerima kebencian atau kemarahan itu (Keraf, 1994: 130).

### **g. Proyeksi**

Proyeksi adalah suatu teknik untuk mengubah sesuatu yang tadinya adalah subyek menjadi obyek. Suatu sifat atau watak yang dimiliki seseorang tidak mau diakui lagi sebagai suatu sifat atau wataknya, tetapi dilontarkan sebagai sifat atau watak orang lain. Jika seseorang diminta untuk mendeskripsikan seseorang yang tidak disenangi, ia akan berusaha untuk mendeskripsikan sesuatu hal-hal yang baik mengenai dirinya sendiri (Keraf, 1994: 131).

Berkaitan dengan persuasi politik, (Finoza, 2001: 201) menambahkan bahwa sesuai dengan namanya persuasi politik dipakai dalam bidang politik oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang politik dan kenegaraan. Para ahli politik dan kenegaraan lebih sering menggunakan persuasi jenis ini untuk keperluan politik dan kenegaraannya.

### **F. Penelitian yang Relevan**

Penelitian ini mengkaji tentang variasi kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye partai politik tahun 2014 di Kota Yogyakarta dan juga mengkaji tentang penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye partai politik tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Sebelum penelitian ini, ada penelitian lain yang memiliki kemiripan yaitu penelitian yang juga membahas tentang bahasa spanduk partai politik.

Adapun judul dari penelitian yang sebelumnya adalah Analisis Ragam Bahasa Dalam Spanduk Kampanye Pemilu Tahun 2004: Sebuah Tinjauan Sociolinguistik. Penelitian ini adalah sebuah skripsi karya dari Ermina Eka Purwanty mahasiswa

jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Gajah Mada yang dilakukan pada tahun 2004. Adapun beberapa hasil dari penelitiannya adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, maka ditemukan adanya berbagai macam penggunaan variasi kosakata yang terdapat dalam spanduk kampanye pemilu tahun 2004 yang dapat diidentifikasi yaitu kosakata berdasarkan sumbernya terdiri dari kosakata bahasa Indonesia, kosakata serapan, kosakata bahasa Jawa, dan berdasarkan bidangnya terdiri dari kosakata bidang politik, kosakata bidang agama, kosakata bidang pemerintahan, kosakata bidang kesehatan, kosakata bidang ekonomi, kosakata nama diri, dan kosakata ajakan.
2. Untuk variasi kalimat yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi kalimat berita, kalimat perintah, dan kalimat seru. Kalimat berita dalam penelitian ini paling banyak digunakan karena penulis ingin mempengaruhi pembaca sewajar mungkin tanpa adanya suatu paksaan sedikitpun.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan variasi bahasa dalam spanduk kampanye pemilu tahun 2004 yaitu berkaitan dengan SPEAKING. Akan tetapi dalam penelitian ini yang mempengaruhi penelitian ini hanya meliputi SPEIN.
4. Selanjutnya adalah penggunaan teknik persuasif yang digunakan dalam penulisan spanduk kampanye pemilu tahun 2004 adalah rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, dan penggantian.

Penelitian di atas merupakan satu-satunya penelitian yang memiliki sedikit persamaan dengan penelitian ini. Adapun persamaannya dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah sama-sama yang diteliti adalah tentang bahasa dan

kalimat yang digunakan dalam spanduk kampanye partai politik dalam pemilu.

Selain itu juga sama-sama meneliti tentang penggunaan teknik persuasif.

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Ermina Eka Purwanty ada 4 rumusan masalah yang telah dibahas, tahun pembuatan, kajian teori.

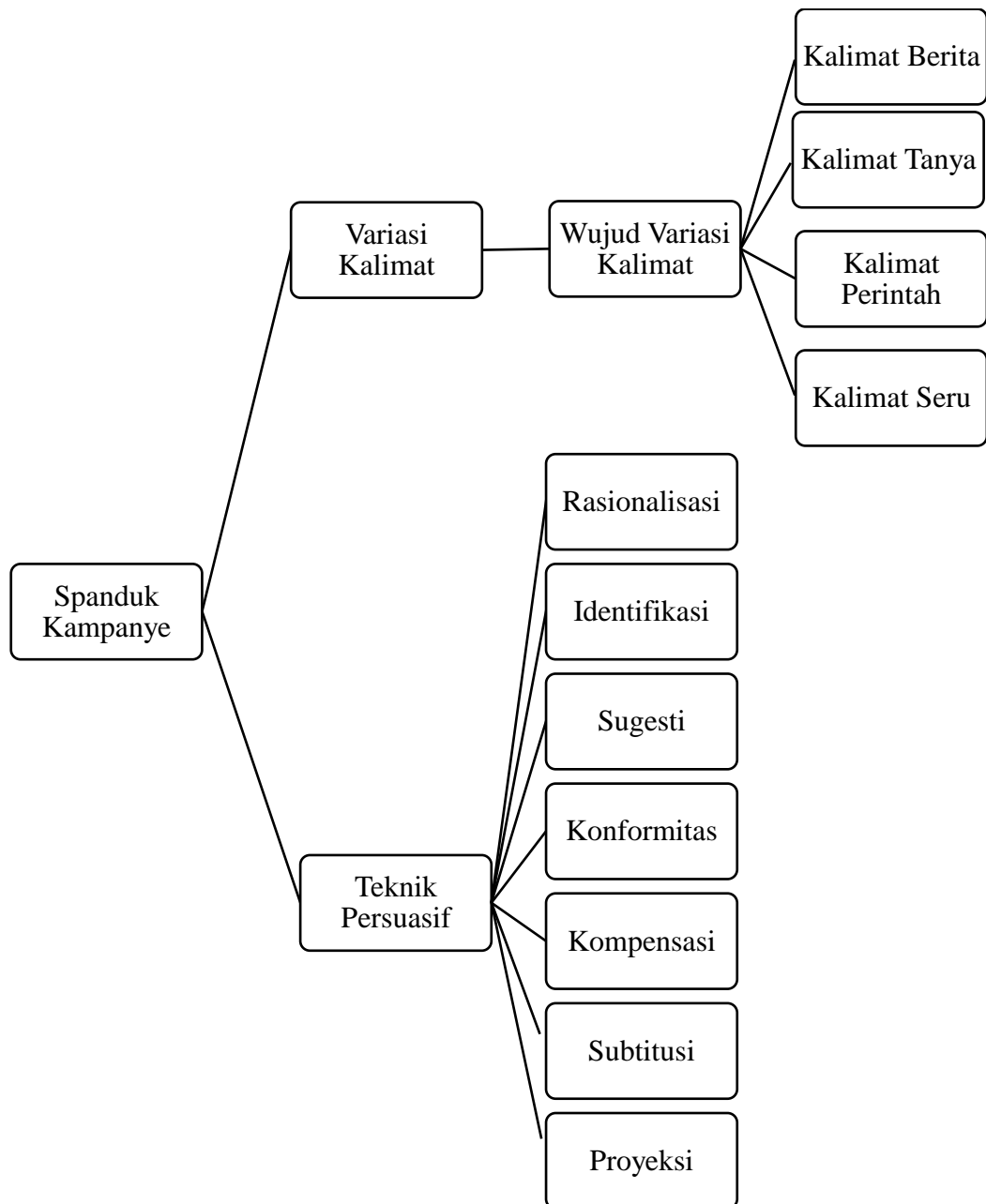
Tabel Perbedaan dalam Penelitian yang Relevan

No	Analisis	Variasi kalimat dan teknik persuasif dalam spanduk kampanye (penelitian ini)	Analisis ragam bahasa dan spanduk kampanye (penelitian Eka Purwanty)
1.	Jumlah rumusan masalah	2 buah rumusan masalah	4 rumusan masalah
2.	Variasi kalimat yang ditemukan	1. Kalimat berita 2. Kalimat perintah 3. Kalimat seru	1. Kalimat berita 2. kalimat perintah 3. kalimat seru 4. kalimat tanya
3.	Variasi kosakata	-	1. kosakata Bahasa Indonesia 2. kosakata serapan 3. kosakata Bahasa Jawa 4. kosakata politik 5. kosakata agama 6. kosakata pemerintahan 7. kosakata kesehatan 8. kosakata ekonomi 9. kodakata nama diri 10. kosakata ajakan.
4.	Faktor yang mempengaruhi	Tidak ada/ belum dibicarakan	1. SPEAKING
5.	Teknik Persuasif	1. Rasional 2. Identifikasi 3. Sugesti 4. Konformitas 5. Penggantian 6. Kompensasi 7. Proyeksi	1. Rasional 2. Identifikasi 3. Sugesti 4. Konformitas 5. Penggantian
6.	Kajian Teori	Sintaksis	Sosiolingustik
7.	Tahun Pembuatan Skripsi	2014	2004

## **G. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir dalam penelitian kualitatif merupakan gambaran bagaimana setiap variabelnya dengan posisinya yang khusus akan dikaji dan dipahami keterkaitannya dengan variabel yang lain. Tujuannya adalah untuk menggambarkan bagaimana kerangka pikir yang digunakan peneliti untuk mengkaji dan memahami permasalahan yang diteliti. Dengan pemahaman peta secara teoritik beragam variabel yang terlibat dalam penelitian, peneliti berusaha menjelaskan hubungan dan keberkaitan antarvariabel yang terlibat, sehingga posisi setiap variabel yang akan dikaji menjadi jelas (Sutopo, 2002: 141).

Dalam penelitian ini, subjek kajian yang diteliti berupa spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Analisis yang dilakukan terkait subjek kajian penelitian adalah sintaksis yaitu menganalisis variasi kalimat dan penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2014 di Kota Yogyakarta sehingga dapat disimpulkan dari hasil penelitian yang diperoleh.



**Bagan 1. Kerangka Pikir Analisis Variasi Kalimat dan Penggunaan Teknik Persuasif**

### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Seperti yang telah disebutkan pada tujuan penelitian, penelitian ini akan mendeskripsikan tentang variasi kalimat dan penggunaan persuasif dalam spanduk kampanye partai politik tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Metode utama yang dipergunakan dalam penelitian ini bertumpu pada metode deskriptif kualitatif. Metode ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan tentang variasi kalimat yang kemudian dilanjutkan dengan deskripsi penggunaan teknik persuasif spanduk kampanye capres dan cawapres tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Pada penelitian ini, data berupa data tertulis. Data yang ada dalam penelitian ini akan dikelompokkan kemudian akan dianalisis.

#### **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah berupa seluruh kata dan kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye Capres dan Cawapres RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta secara keseluruhan. Spanduk kampanye Capres dan Cawapres RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta dipilih karena keadaan ini sesuai dengan peristiwa bersejarah yang dialami oleh bangsa Indonesia. Spanduk sebagai media kampanye juga marak digunakan oleh Capres dan Cawapres, hampir semua partai politik menggunakan spanduk untuk mempromosikan diri mereka. Objek penelitian ini adalah variasi kalimat dan teknik penggunaan persuasif yang terdapat dalam spanduk kampanye Capres dan Cawapres tahun 2014 di Kota Yogyakarta.



### C. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak, baca, dan catat. Metode simak, yaitu peneliti merupakan kunci utama untuk melakukan penyimakan terhadap data yang berupa data tertulis. Penyimakan dilakukan dengan cemat, terarah, dan teliti. Teknik dasarnya adalah teknik simak bebas libat cakap, penjaringan data dapat dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa tanpa ikut berpartisipasi dalam proses pembicaraan atau pembuatan. Penjaringan data dengan teknik ini disebut teknik simak bebas libat cakap. Dalam teknik ini, peneliti dilibatkan langsung untuk ikut menentukan pembentukan dan pemunculan calon data kecuali hanya sebagai pemerhati-pemerhati calon data yang terbentuk dan muncul dari peristiwa kebahasaan yang berada di luar dirinya (Sudaryanto, 1993:44). Data yang disimak dengan teknik ini dapat berupa data dari sumber lisan dan tertulis. Ada 51 dsbanduk dan terdapat 59 kalimat serta 59 persuasif yang ada di dalam spanduk tersebut. Data yang telah ditemukan kemudian akan dicatat dan dianalisis.

Hasil penyimakan dan pembacaan data secara berulang-ulang tersebut lalu dicatat dalam kartu data seperti berikut ini.

Contoh kartu data :

Kode (01) “Kapitalisme No!!! Ekonomi Kerakyatan Yes!!!” Vrs kalimat : kalimat seru Tknk persuasif : kompensasi
---

Keterangan

vrs kalimat : variasi kalimat

Tknk Persuasif : teknik penggunaan persuasif

#### **D. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian ini berupa *human instrumen*. *Human instrumen* yang dimaksud di sini adalah peneliti sebagai titik tumpu terpenting. Dalam arti lengkap di sini peneliti memiliki kriteria-kriteria penentu mengenai variasi kalimat dan teknik penggunaan persuasif dalam spanduk kampanye partai politik tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Penentuan kriteria-kriteria tersebut dilakukan berdasarkan teori yang telah dijabarkan di dalam kajian teori. Teori-teori yang telah dijabarkan dalam kajian teori merupakan teori yang sudah sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Dengan demikian pengetahuan peneliti terhadap teori variasi kalimat dan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2014 di Kota Yogyakarta menjadi sangat penting. Karena peneliti memegang peranan penting sebagai tumpuan atau pusat dari penelitian ini dimulai dari pencarian data sampai dengan penganalisisan data.

Penelitian ini menggunakan alat bantu berupa perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Perangkat kerasnya berupa alat tulis, laptop, dan flash disk. Perangkat lunaknya berupa variasi kalimat dan fungsi variasi kalimat beserta indikatornya. Berikut ini akan disajikan matriks dari variasi kalimat dan fungsi variasi kalimat beserta indikatornya.

Matriks 1. **Instrumen Variasi Kalimat Berdasarkan Fungsinya Beserta Indikatornya**

Variasi Kalimat	Indikator
Kalimat berita	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bila ditulis dengan acuan EYD berakhiran tanda titik (.).</li> <li>2. Menginformasikan sesuatu hal.</li> <li>3. Tidak membutuhkan respon.</li> </ol>
Kalimat tanya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bila ditulis dengan acuan EYD berakhiran tanda tanya (?).</li> <li>2. Menanyakan sesuatu hal.</li> <li>3. Menggunakan kata tanya <i>apa, siapa, di mana, kapan, kenapa, mengapa, bagaimana, dan berapa</i>.</li> <li>4. Membutuhkan respon.</li> </ol>
Kalimat perintah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bila ditulis dengan acuan EYD berakhiran tanda seru (!).</li> <li>2. Bertujuan untuk memerintahkan sesuatu hal.</li> <li>3. Ada yang menggunakan kata tolong ada yang secara langsung.</li> <li>4. Membutuhkan respon.</li> <li>5. Intonasi nada yang membentak.</li> </ol>
Kalimat seru	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bila ditulis dengan acuan EYD berakhiran tanda seru (!).</li> <li>2. Bertujuan untuk mengungkapkan emosi dalam diri.</li> <li>3. Terkadang memerlukan respon.</li> <li>4. Intonasi nada yang membentak.</li> </ol>

Diolah dari sumber, Ramlan (2005: 27-43)

**Matriks 2. Instrumen Penggunaan Teknik Persuasif Beserta Indikatornya**

<b>Teknik Persuasif</b>	<b>Indikator</b>
Rasionalisasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembenaran kepada suatu persoalan.</li> <li>2. Bukan suatu kebenaran mutlak.</li> <li>3. membenarkan suatu pikirannya sendiri.</li> <li>4. Dapat mengendalikan emosi.</li> <li>5. Memperlibatkan rasio dan pikiran.</li> </ol>
Identifikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menonjolkan identitas diri.</li> <li>2. Penyebutan nama atau identitas suatu benda atau orang.</li> </ol>
Sugesti	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suatu hal yang dapat membujuk</li> <li>2. Memberi suatu dasar kepercayaan.</li> <li>3. Mensugesti dengan kta-kata dan nada suara yang berwibawa.</li> <li>4. Dianggap serba tahu.</li> <li>5. Mengandalkan kekuatan emosionalnya.</li> </ol>
Konformitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat diri serupa atau mirip.</li> <li>2. Terdapat usaha untuk menyamakan, menyesuaikan, atau mencocokkan diri.</li> <li>3. Terkesan mampu berbuat atau bertindak seperti sesuatu yang dituju atau sasarannya.</li> </ol>
Kompensasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berisi suatu tindakan atau hasil dari suatu usaha.</li> <li>2. Untuk mewujudkan suatu tujuan.</li> <li>3. Mengajak untuk menciptakan keadaan yang lebih baik.</li> </ol>
Penggantian atau Substitusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berisi tentang penggantian suatu maksud.</li> <li>2. Berusaha mengalihkan perhatian pembaca kepada objek atau tujuan tertentu.</li> </ol>
Proyeksi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suatu teknik untuk menjadikan subjek menjadi objek.</li> <li>2. Sifat yang tidak mau di akui</li> <li>3. Adanya pengalihan dari satu orang ke orang lain atau dari satu masalah ke masalah lain.</li> <li>4. Mendeskripsikan sesuatu hal-hal yang baik mengenai dirinya sendiri.</li> </ol>

Diolah dari sumber, KBBI Depdiknas (2008: 85-1062) dan Keraf (1994: 124)

Matriks 3. **Jenis-jenis Kalimat Berdasarkan Jumlah Klausa**

No.	Jenis Kalimat	Ciri-ciri
1.	Kalimat	Satuan bahasa berupa kata atau rangkaian kata yang dapat berdiri sendiri dan menyatakan makna yang lengkap. Kalimat adalah satuan bahasa terkecil yang mengungkapkan pikiran yang utuh, baik dengan cara lisan maupun tulisan. Dalam wujud lisan, kalimat diucapkan dengan suara naik turun, dan keras lembut, disela jeda, dan diakhiri dengan intonasi akhir. Sedangkan dalam wujud tulisan berhuruf latin, kalimat dimulai dengan huruf kapital dan diakhiri dengan tanda titik (.) untuk menyatakan kalimat berita atau yang bersifat informatif, tanda tanya (?) untuk menyatakan pertanyaan dan tanda seru (!) untuk menyatakan kalimat perintah.
2.	Kalimat Tunggal	Kalimat yang hanya mempunyai satu pola kalimat, yaitu hanya memiliki satu subjek dan satu predikat, serta satu keterangan (jika perlu)
3.	Kalimat Majemuk	Kalimat yang mempunyai dua pola kalimat atau lebih. Kalimat majemuk ini terdiri dari induk kalimat dan anak kalimat. Cara membedakan anak kalimat dan induk kalimat yaitu dengan melihat letak konjungsi. Induk kalimat tidak memuat konjungsi di dalamnya, konjungsi hanya terdapat pada anak kalimat.

Diolah dari sumber, Tarigan (1992: 10-14)

### E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang berupa teknik deskriptif kualitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan dan agih. Metode padan adalah metode analisis data yang alat penentunya berada di luar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan atau diteliti, (Sudaryanto, 1993: 13). Tujuan analisis data dengan metode padan adalah untuk menentukan kejatian atau objek penelitian. Kejatian atau identitas satuan kebahasaan yang dijadikan objek penelitian itu ditentukan berdasarkan tingginya kadar kesepadanan keselarasan, kesesuaian, kecocokan, atau

kesamaannya dengan alat penentu yang bersangkutan yang sekaligus menjadi standar atau pembakunya.

Teknik dalam metode padan yang digunakan pada penelitian ini, yaitu teknik padan referensial, teknik ortografis dan teknik padan pragmatik. Teknik padan referensial merupakan metode dengan alat penentunya referen bahasa. Referen bahasa tersebut berupa unsur yang ditunjuk oleh satuan kebahasaan. Dalam penelitian ini teknik padan referensial digunakan untuk mendeskripsikan dan mengklasifikasi teknik persuasif. Kemudian, teknik padan pragmatik digunakan untuk mengetahui efek dari teknik persuasif yang digunakan dalam spanduk terhadap pembaca spanduk. Efek dari teknik persuasif tersebut juga dipakai untuk mengidentifikasi jenis teknik persuasif yang digunakan. Teknik ortografis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jenis kalimat yang dipakai dalam spanduk. Teknik ini dipakai secara langsung dengan melihat wujud kalimat yang dipakai dalam spanduk. Jenis kalimat-kalimat tersebut terlihat jelas dari penanda-penandanya berdasarkan indikator yang telah dibuat.

Metode agih adalah metode analisis bahasa yang alat penentunya bagian dari bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto, 1993: 15). Alat penentu dalam rangka kerja metode agih selalu berupa bagian atau unsur dari bahasa atau objek sasaran penelitian itu sendiri, seperti kata, fungsi sintaksis, klausa, silabe kata, titik nada dan lain-lain. Metode agih dipergunakan untuk menganalisis hal-hal yang mengenai bagian dari bahasa yang bersangkutan.

Teknik dalam metode agih yang dipakai pada penelitian ini, yaitu teknik dasar. Teknik dasar yang digunakan berupa teknik bagi unsur langsung. Dalam

penelitian ini teknik bagi unsur dipakai untuk menganalisis jenis kalimat yang dipakai dalam spanduk. Teknik bagi unsur langsung tersebut misalnya untuk mengetahui jenis jumlah kalimat yang digunakan dalam spanduk. Jumlah itu diurai dengan teknik bagi unsur dari keberadaan jumlah kalimat yang dipakai.

(Djadjasudarma, 1993: 59), menyatakan bahwa sintaksis di dalam teknik padan harus dipahami dengan unsur penentu di luar bahasa. Alat atau unsur penentu di luar bahasa itu adalah konteks kalimat. Beberapa rangkaian data mencakup penyajian data, kategorisasi, dan inferensi. Penyajian data dilakukan dengan pencarian data yang berupa variasi kalimat dan penggunaan teknik persuasif yang ada di spanduk kampanye capres dan cawapres tahun 2014 di Kota Yogyakarta.

#### **F. Uji Keabsahan Data**

Dalam upaya mendapatkan keabsahan data penelitian, perlu dilakukan pengecekan terhadap data yang ditemukan. Pengecekan data dalam penelitian ini ditempuh melalui ketekunan pengamatan dan diskusi dengan teman sejawat. Menurut (Moleong, 2006: 239), ketekunan pengamatan bermaksud untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dalam melakukan ketekunan pengamatan ini, peneliti menggunakan referensi buku-buku linguistik terutama buku sintaksis dan hasil penelitian linguistik yang sesuai dengan temuan yang diteliti. Dengan adanya ketekunan pengamatan ini, peneliti dapat melakukan pengecekan kembali data

yang ditemukan itu benar atau tidak sehingga dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

Diskusi dengan teman sejawat dimaksudkan untuk membantu menguji keabsahan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Salah satu teman sejawat yang dimaksud adalah Shierly Iskandar, S.S., selaku alumni mahasiswa Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2008 yang dianggap memiliki kemampuan linguistik dan intelektual yang baik, serta memiliki pemahaman variasi kalimat dan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2014 di Kota Yogyakarta, sehingga diharapkan dapat membantu dalam proses pengambilan data penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Dari sinilah, peneliti dan teman sejawat saling bekerjasama variasi kalimat dan teknik persuasif yang belum ditemukan oleh peneliti dapat ditemukan oleh teman sejawat. Kemudian, variasi kalimat dan teknik persuasif yang sudah ditemukan kemudian diteliti kembali oleh teman sejawat apakah sudah benar atau tidak sehingga dapat memberikan data yang akurat.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Bertumpu dari rumusan masalah yang ada, maka terdapat dua poin yang meliputi (1) variasi kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta dan (2) fungsi penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk tabel yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitiannya. Untuk penjabaran dalam pembahasan akan dilakukan berdasarkan hasil penelitian tersebut. Pembahasan terhadap penelitian ini dilakukan secara deskriptif sesuai dengan metode penelitian di depan.

Menurut penelitian yang telah dilakukan maka ditemukan beberapa variasi kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta dan serta fungsi penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Data yang ada merupakan data yang didapatkan dari beberapa spanduk kampanye Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden tahun 2014 di Kota Yogyakarta.

Dalam penelitian ini data dikelompokkan menjadi dua, yaitu data variasi kalimat dan data fungsi penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan calon wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Data

spanduk yang didapatkan dan akan diteliti dalam penelitian ini ada 51 persuasif dengan 59 kalimat

Adapun hasil dari pembahasan variasi kalimat dan data fungsi penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan Calon wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta akan disajikan dalam bentuk tabel seperti berikut ini.

**Tabel 1. Jenis-jenis Kalimat dan Teknik Persuasif Berdasarkan Jumlahnya dalam Spanduk Kampanye Capres 2014**

<b>Jenis Kalimat</b>	<b>Variasi Kalimat</b>			
	<b>Kalimat Berita</b>	<b>Kalimat Perintah</b>	<b>Kalimat Seru</b>	<b>Jumlah</b>
Kalimat Tunggal	9	16	20	45
Kalimat Majemuk	2	4	8	14

Di dalam tabel 1 terdapat kalimat tunggal yang mendominasi jumlah yang banyak karena kalimat yang ada di spanduk hanya kalimat simple yang dapat di pahami secara langsung oleh pemilih. Kalimat majemuk hanya sedikit karena kalimat yang ada di dalam spanduk terdapat kalimat yang panjang dan terlihat susah untuk di pahami oleh pemilih.

Seperti yang telah disebutkan dalam rumusan masalah yang kedua, maka pembahasan selanjutnya adalah tentang penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan wakil Presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta.

**Tabel 2: Teknik Persuasif dalam Variasi Kalimat Spanduk Kampanye Capres 2014**

<b>Teknik Persuasif</b>	<b>Variasi Kalimat</b>			
	<b>Kalimat Berita</b>	<b>Kalimat Perintah</b>	<b>Kalimat Seru</b>	<b>Jumlah</b>
Rasional	1	2	1	4
Identifikasi	3	2	3	8
Sugesti	2	8	6	16
Konformitas	3	5	9	17
Kompensasi	-	-	1	1
Substitusi	-	-	1	1
Proyeksi	1	2	1	4

Di dalam tabel 2 teknik persuasif yang paling banyak di temukan adalah teknik persuasif konformitas karena banyaknya spanduk yang menggunakan teknik konformitas sebagai alat untuk membuat spanduk agar terlihat menarik dan membuat respon masyarakat bisa memahami kalimat yang ada di dalam spanduk tersebut.

## **B. Pembahasan**

### **1. Variasi Kalimat dalam Spanduk Kampanye Pemilu 2014 di Kota Yogyakarta**

Masalah pertama yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah tentang variasi kalimat dalam spanduk kampanye pemilu 2014 di Kota Yogyakarta. Adapun pembahasan tentang variasi kalimat dalam kajian ini adalah sebagai berikut.

### a. Kalimat Berita

Seperti yang telah disebutkan dalam kajian teori di depan, kalimat berita berfungsi untuk memberitahukan sesuatu kepada orang lain ataupun menyatakan suatu berita kepada mitra tuturnya. Berikut ini adalah pembahasan tentang kalimat berita yang terdapat dalam spanduk kampanye pemilu 2014 di Kota Yogyakarta Ramlan (2005: 27).

- 1) JOKO WIDODO-JUSUF KALLA  
Presiden Pilihan Rakyat **(Kode 16)**

Contoh kalimat (1) merupakan contoh yang termasuk dalam kalimat berita. Ditandai dengan adanya suatu informasi yang memberitahukan tentang terpilihnya Jokowi dan Jusuf Kalla itu karena mereka telah dipilih oleh rakyat Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan pada kalimat *“Jokowi dan Jusuf Kalla adalah presiden pilihan rakyat”*. Pada contoh kalimat tersebut terdapat 2 perbedaan antara huruf kapital yaitu JOKO WIDODO-JUSUF KALLA dan Presiden pilihan rakyat di dalamnya mengandung analisis yang berbeda yaitu JOKO WIDODO-JUSUF KALLA itu merupakan kata untuk menunjukan suatu identitas sebuah nama besar yang berhak di pilih dan untuk kata yang kedua yaitu Presiden pilihan rakyat itu sebagai informasi bahwa Presiden pilihan rakyat yaitu memiliki nama yang besar untuk di perjuangkan.

- 2) GERAKAN BERSAMA PRABOWO HATTA  
KERJA NYATA  
Untuk Rakyat Indonesia **(Kode 30)**

Untuk kalimat no (2) juga termasuk dalam kalimat berita. Hal ini ditunjukkan pada kalimat *“GERAKAN BERSAMA PRABOWO HATTA, KERJA NYATA, Untuk Rakyat Indonesia”*. Kalimat tersebut menunjukkan adanya pernyataan dan

penyampaian informasi secara langsung. Kalimat di atas menunjukkan adanya kerja nyata dengan tekad kuat untuk kemajuan Bangsa Indonesia. Pada contoh kalimat tersebut terdapat 2 perbedaan antara huruf kapital yaitu GERAKAN BERSAMA PRABOWO HATTA, KERJA NYATA dalam dalam analisis tersebut di sebutkan bahwa PRABOWO BERSAMA HATTA akan membuat kinerja yang nyata dan layak di pertanggung jawabkan, sedangkan kalimat yang kedua Untuk Rakyat Indonesia menunjukkan bahwa kerja yang nyata di tunjukan untuk rakyat Indonesia.

- 3) Jangan Digusur...!!! PKL Harus Diberdayakan...!!!  
 PRABOWO HATTA  
 Presiden & Wapresnya Pedagang Kaki Lima **(Kode 34)**

Selanjutnya adalah contoh kalimat ke (3). Dalam kalimat ini terdapat tiga jenis kalimat. Pertama yaitu kalimat perintah dan seru pada baris pertama. Hal itu ditunjukan dengan pemakaian tanda seru di akhir kalimat. Kalimat perintah tersebut menyampaikan agar pkl tidak digusur. Kalimat seru pada baris pertama mengungkapkan bahwa pkl harus diberdayakan. Pada baris kedua dan ketiga merupakan jenis kalimat berita. Baris kedua dan ketiga termasuk dalam kalimat berita karena dalam data ini terdapat sebuah informasi yang menunjukkan adanya pernyataan dimana Prabowo dan Hatta menginformasikan diri bahwa mereka adalah calon pemimpin yang peduli terhadap pedagang kaki lima. Hal ini ditunjukkan dalam kalimat “*Presiden & Wapresnya Pedagang Kaki Lima* “.

## **b. Kalimat Perintah**

Dalam spanduk kampanye sering sekali terdapat kalimat yang berjenis perintah. Di mana kalimat tersebut bertujuan untuk memerintah para pembacanya agar melakukan sesuatu yang dikehendaki. Berikut ini adalah pembahasan tentang kalimat perintah yang ada dalam spanduk pemilu calon presiden dan wakil presiden tahun 2014 di Kota Yogyakarta Ramlan (2005: 40).

- 4) COBLOS NO.2  
 PRESIDEN-WAKIL PRESIDEN RI  
 PERIODE 2014-2019  
 Bersih, Jujur, Rendah Hati, Sederhana & Merakyat  
 Bekerja keras & cepat untuk kesejahteraan rakyat  
 Bertindak tegas dalam penegakan hukum & pemberantasan korupsi  
**(Kode 40)**

Contoh kalimat ke (4). Kalimat ini termasuk dalam kalimat perintah karena dalam contoh kalimat ini ditunjukkan adanya COBLOS NO.2 ,PRESIDEN-WAKIL PRESIDEN RI, PERIODE 2014-2019. Bersih, Jujur, Rendah Hati, Sederhana & Merakyat. Bekerja keras & cepat untuk kesejahteraan rakyat. Bertindak tegas dalam penegakan hukum & pemberantasan korupsi. Dalam kalimat COBLOS NO.2 ,PRESIDEN-WAKIL PRESIDEN RI, PERIODE 2014-2019 menunjukkan bahwa kita harus mencoblos Capres dan Cawapres nomer urut 2 karena di dalamnya ada sebuah pertanggung jawaban yang besar untuk memimpin indonesia. Sedangkan kalimat Bersih, Jujur, Rendah Hati, Sederhana & Merakyat. Bekerja keras & cepat untuk kesejahteraan rakyat menunjukkan identitas pasangan nomer urut 2 mempunyai sifat yang baik untuk bangsa Indonesia.

- 5) 1 INDONESIA  
 Coblos Garuda Merah nya  
**(Kode 20)**

Kalimat no (5) merupakan contoh kalimat perintah. Kalimat tersebut bernada memerintah atau menyuruh kepada pembacanya. 1 INDONESIA merupakan kata yang mengandung makna yaitu kita atau seluruh rakyat dari sabang sampai marauke adalah 1 INDONESIA dan harus bersatu. Pembacanya dianjurkan untuk memilih atau mencoblos partai yang berlambangkan garuda. Kalimat perintahnya dipertegas pada kata “*coblos garuda merahnya*”. Kata *coblos* merupakan salah satu kata kerja yang bisa digunakan untuk memerintahkan.

- 6) AYO MILIH  
SINGWANGUN LAN MITAYANI  
Membawa Indonesia Makmur  
1 PRABOWO HATTA **(Kode 28)**
  
- 7) PILPRES 9 JULI 2014  
COBLOS PRABOWO-HATTA  
NOMOR 1 UNTUK INDONESIA MAJU **(Kode 37)**
  
- 8) OJO LALI  
REBO 9 JULI  
COBLOS NOMER 1 **(Kode 41)**
  
- 9) RAKYAT BERSATU MEMILIH JOKOWI-JK  
COBLOS NOMOR 2 **(Kode 44)**
  
- 10) JOKOWI-JK  
OJO LALI COBLOS NO 2  
KOALISI DENGAN HATI TANPA TRANSAKSI **(Kode 45)**

Tidak jauh berbeda dengan kalimat (5), pada kalimat (6) ini juga termasuk dalam kalimat perintah. Pada kalimat perintah biasanya ditandai dengan kata yang bernada menyuruh atau memerintah. Pada kalimat spanduk berikut ini ditunjukkan pada kata “*AYO MILIH*”. walaupun kata “ayo” merupakan sebuah kata yang berarti mengajak, akan tetapi dapat juga digunakan sebagai kata ajakan

yang memiliki maksud agar mau diajak untuk memilih salah satu partai politik yang didukung.

Selanjutnya kalimat no (7), (8), (9), dan (10). Pada ketiga kalimat ini termasuk dalam kalimat perintah karena terdapat satu kata kerja yang sama yaitu kata “*COBLOS*” yang berarti menyuruh atau memerintah. Pada data ke (7) terdapat dalam kalimat “*COBLOS PRABOWO-HATTA*”. Pada data (8) dan data (9) terdapat dalam kalimat “*COBLOS NOMOR 1*” dan “*COBLOS NOMOR 2*”. Untuk data ke (10) terdapat dalam kalimat “*OJO LALI COBLOS NO 2*”. Dalam data ke (10) ini kata perintahnya ditunjukkan pada kata “*ojo lali*”.

### c. Kalimat Seru

Kalimat seru merupakan kalimat yang sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari dikalangkannya merasa kagum akan sesuatu hal. Akan tetapi kalimat seru tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk dikala kita kagum, tapi dapat juga untuk memerintah seseorang. Berikut ini adalah data yang merupakan kalimat seru. Data ini adalah kalimat yang terdapat dalam spanduk kampanye pemilu calon presiden dan calon wakil presiden RI tahun 2014 di Kota Yogyakarta Ramlan (2005: 40)

- |   |           |
|---|-----------|
| 11) JOKOWI-JK ADALAH KITA<br>MERAKYAT, JUJUR, TERBUKTI !              | (Kode 02) |
| 12) INDONESIA HEBAT!<br>RAKYAT BERSATU TAK BISA DIKALAHKAN            | (Kode 19) |
| 13) GARUDA DI DADAKU!<br>Pastikan Subsidi<br>BBM & PUPUK<br>Tetap Ada | (Kode 21) |



14) MERAKYAT, DARI RAKYAT, PASTI TIDAK MELUPAKAN  
 RAKYAT!!!  
 JOKOWI ADALAH KITA 2 **(Kode 22)**

15) GARUDA DI DADAKU!  
 Cerdas. Tegas, Mampu  
 Memimpin Indonesia **(Kode 24)**

16) GARUDA DI DADAKU  
 Hapuskan Sistem Outsourcing! **(Kode 25)**

Selanjutnya adalah kalimat (16) terdapat 2 variasi kalimat yaitu kalimat seru dan perintah. Ditunjukkan pada kalimat “*Garuda di dadaku, hapuskan sistem outsoursching!*” Tanda seru yang ada dalam kalimat-kalimat di atas merupakan ciri khas dari kalimat seru dan perintah, sehingga data-data tersebut termasuk dalam kalimat seru dan kalimat perintah.

17) Harga BBM & Sembako Murah  
 PRABOWO HATTA **(Kode 31)**

Adapun analisisnya adalah pada kalimat no (17). Pada kalimat ini ciri khas kalimat seru ditunjukkan dalam rangkaian kata “*Harga BBM dan sembako murah, PRABOWO HATTA*”. Dari rangkaian kata yang ada menunjukkan adanya sebuah pernyataan yang berarti bahwa apabila Prabowo dan Hatta menjadi presiden RI maka harga sembako dan BBM akan menjadi murah. Makna ini merupakan sebuah dukungan dan pernyataan agar pembacanya *terprovokasi* untuk memilih presiden yang dimaksudkan dalam spanduk kampanye tersebut.

18) OJO KUWL...!!!  
 IKI WAE ....!!!  
 MP3  
 MASYARAKAT PENDUKUNG PRABOWO PRESIDEN **(Kode 33)**

Kalimat no (18) ada 2 variasi kalimat yang berbeda yaitu kalimat seru dan kalimat perintah. “ *OJO KUWI...!!!, IKI WAE...!!! MP3. MASYARAKAT PENDUKUNG PRABOWO PRESIDEN*”. Kata “*ojo kuwi, iki wae*” berarti “*jangan itu, ini saja*” sebuah larangan dan perintah yang memiliki maksud sebagai sebuah seruan bahwa kita tidak boleh memilih yang lain. Ditegaskan kembali pada kalimat selanjutnya yaitu “*MP3. Masyarakat Pendukung Prabowo Presiden*”. Rangkaian kalimat tersebut merupakan sebuah pernyataan yang menunjukkan adanya kerelaan diri yang mengakui bahwa mereka merupakan anggota masyarakat yang mendukung Prabowo sebagai Presiden RI. Hal itu juga ditunjukkan dengan keunikan dari akronim yang digunakan yaitu *MP3. Masyarakat Pendukung Prabowo Presiden*.

#### 19) GARUDA DI DADAKU

Dana 1 miliar desa/ kelurahan

**(Kode 36)**

pada kalimat no (19) ini tanda-tanda dari kalimat seru ditunjukkan dengan adanya seruan atau pernyataan dari kalimat yang ada yaitu “*Garuda di dadaku, dana 1 Miliar desa/ kelurahan*”. Maksud dari kata “*Garuda di dadaku*” adalah sebuah dukungan di mana partai yang ada dalam spanduk itu berlambangkan burung garuda. Kader dari partai tersebut selalu menggunakan pakaian yang terdapat lambang burung garuda di dada. Berdasarkan hal tersebut menjadikan kata “*Garuda di dadaku*” merupakan sebuah kata seruan di mana digunakan untuk mendukung calon presiden dari partai tersebut dan kalau terpilih maka dana 1 miliar akan turun ke desa maupun kelurahan yang ada di Indonesia. Selain itu dari rangkaian kalimat yang ada juga ditandai dengan adanya tanda seru dan nada yang membentak itulah salah satu ciri khas dari kalimat seru.

- 20) Jokowi PRESIDENKU  
JUJUR-SEDERHANA-BEKERJA **(Kode 38)**
- 21) PRESIDEN KITA PILIHAN BERSAMA  
INDONESIA SEJAHTERA & BERMARTABAT  
PRABOWO-HATTA **(Kode 42)**
- 22) PRABOWO for PRESIDENT  
PENYELAMAT NKRI **(Kode 43)**
- 23) BERSAMA JOKOWI-JK  
MENUJU INDONESIA KUAT  
INDONESIA HEBAT **(Kode 48)**
- 24) TEGAS TAPI SANTUN  
JOKOWI ADALAH KITA  
RELAWAN MERAH PUTIH **(Kode 49)**
- 25) PEMUDA BERSATU PILIH NO.1  
PRABOWO HATTA  
SELAMATKAN INDONESIA! **(Kode 50)**

Seperti yang telah disebutkan dalam kajian teori di depan, dalam spanduk kampanye juga terdapat penggunaan kalimat-kalimat seru. Dalam penelitian ini kalimat seru merupakan kalimat terbanyak yang ditemukan. Contoh kalimat (11), (12), (13), (14), (15), adalah kalimat seru yang terdapat dalam penelitian ini. Dalam kalimat ini terdapat kesamaan, sehingga dari kesamaan-kesamaan tersebut data itu tergolong dalam kalimat seru. Adapun kesamaannya adalah pada tanda seru di akhir-akhir kalimat yang menunjukkan adanya pernyataan seru terhadap sesuatu hal.

Pada kalimat no (11) terdapat dalam kalimat “*MERAKYAT, JUJUR, TERBUKTI!*”. Pada kalimat no (12) dalam kalimat “*Indonesia Hebat!*”. Kalimat

no (13) dalam kalimat *“GARUDA DI DADAKU!”*. kalimat (14) *“Merakyat, Dari Rakyat, Pasti Tidak Melupakan Rakyat!!!!”*. kalimat (15) *“Garuda di dadaku, cerdas, tegas, mampu memimpin rakyat!”* Selanjutnya masih tentang kalimat yang termasuk dalam kalimat seru. Seperti kalimat yang sebelumnya, Dalam kalimat no (20) terlihat dari rangkaian kata yang ada maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut adalah data kalimat berita. *“Jokowi Presidenku. Jujur-sederhana-bekerja”*, kalimat tersebut merupakan sebuah pernyataan dan berita yang seolah memiliki keyakinan dalam diri Jokowi adalah presiden pilihan yang sangat dikagumi. Oleh karenanya data ini termasuk dalam kalimat berita.

Kalimat no (21), (22), (23), (24), dan (25) merupakan kalimat yang tergolong dalam kalimat seru. kalimat ini termasuk dalam kalimat seru karena memiliki persamaan yaitu pada kalimat-kalimat tersebut merupakan beberapa kalimat dukungan dengan nada seruan atau kekaguman terhadap calon presiden yang didukung. Seperti yang disampaikan dalam kata (21) *“Presiden kita pilihan bersama. Indonesia sejahtera dan bermartabat. Prabowo-Hatta”*, (22) *“Prabowo for President, Penyelamat NKRI”*, (23) *“Bersama Jokowi-JK menuju Indonesia kuat, Indonesia Hebat”*, (24) *“Tegas tapi santun, Jokowi adalah kita, Relawan Merah-putih”*, (25) *“Pemuda bersatu pilih no.1, Prabowo-Hatta, selamatkan Indonesia!”*.

Kalimat-kalimat tersebut merupakan beberapa kalimat seruan yang digunakan dalam spanduk kampanye dengan maksud dapat mempengaruhi pembaca lain agar bisa sependapat memilih presiden seperti yang diharapkan dari masing-

masing *simpatisan*. Dari kesamaan kalimat-kalimat tersebut maka data (21), (22), (23), (24), dan (25) termasuk dalam kalimat seru.

## **2. Penggunaan Teknik Persuasif dalam Spanduk Kampanye Pemilu 2014 Di Kota Yogyakarta**

Pembahasan selanjutnya adalah tentang teknik persuasif dalam spanduk kampanye pemilu calon presiden dan calon wakil presiden RI 2014 di kota Yogyakarta. Berikut ini adalah pembahasannya.

### **a. Rasional**

Sebagai salah satu bentuk teknik persuasif, rasional adalah teknik persuasif yang ditandai dengan membatasi akal untuk memberikan suatu dasar pembenaran kepada suatu persoalan, dimana dasar atau alasan itu tidak merupakan sebab langsung dari suatu masalah. Berikut adalah pembahasan tentang teknik rasional yang ada dalam penelitian ini Keraf (1994: 124).

26) MARI COBLOS NOMOR 1  
Selamatkan Indonesia!

**(Kode 15)**

Kalimat-kalimat tersebut mengajak pembaca untuk berpikir, hingga akhirnya akan menentukan kebenaran dan menyetujui pendapat itu. Dalam kalimat no (26) disebutkan jika kita memilih nomor 1 maka kita akan menyelamatkan Indonesia. Hal itu merupakan sebuah pemikiran logis dalam berkampanye jika mencoblos no 1 maka pemilih sebagai bagian dari Indonesia dapat terselamatkan dan mendapatkan pemimpin yang baik untuk Indonesia.

27) "MERDEKA UNTUK MEMILIH"  
PILIH SATU KARENA SAYA CINTA INDONESIA (Kode 23)

28) PRABOWO HATTA Nyuwun Doa Pangestu (Kode 29)

29) 1 NUSA 1 BANGSA  
Anak Muda yang Cerdas  
Pilih Pemimpin yang Tegas (Kode 51)

Sama halnya dengan data sebelumnya, kalimat (27) juga masih mendukung calon presiden nomor 1. Dengan penjelasan dan motif yang sama, calon presiden dengan nomor 1 memiliki jasa bagi masa lalu. Penekanan kalimat tersebut memberi penjelasan bahwa MERDEKA UNTUK MEMILIH dan yang memilih itu adalah orang yang menginginkan Indonesia merdeka karena di pimpin oleh orang yang cinta terhadap Indonesia. Selajutnya kalimat (28) menunjukkan dimana sebuah usaha atau keinginan dengan kerendahan hati harus diiringi doa restu. Disini walaupun Prabowo-Hatta merupakan calon presiden dan wakil presiden RI, akan tetapi mereka tetap membutuhkan doa dan restu dari rakyat Indonesia. Hal ini ditunjukkan pada kata "Prabowo-Hatta nyuwun doa pangestu".

Data terakhir yang termasuk dalam rasionalisasi adalah kalimat (29). Dalam kalimat ini disebutkan "*1 Nusa 1 Bangsa, anak muda yang cerdas, pilih pemimpin yang tegas*". Dari kalimat ini bisa disambungkan dengan realita yang ada, bahwa hanya seorang pemuda yang cerdas akan memilih calon presiden yang tepat termasuk pemimpin yang tegas.

## b. Identifikasi

Identifikasi adalah salah satu bentuk teknik persuasif yang bercirikan suatu usaha untuk mengidentifikasikan atau penyamaan diri pelaku persuasi dengan suatu objek yang lain. Selain itu ciri utamanya adalah adanya identitas yang diidentifikasikan sebagai pembaca atau rakyat kebanyakan jika ini ada dalam konteks spanduk kampanye pemilu capres dan cawapres RI.

Adapun pembahasan tentang teknik rasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut Keraf (1994: 125).

30) TEGES TETEG NGAYOMI  
1 PRABOWO HATTA

**(Kode 01)**

*“Teges teteg ngayomi, 1 Prabowo-Hatta”*, kalimat (30) dalam kalimat tersebut calon presiden nomor 1 berusaha mengidentifikasikan dirinya. Identifikasi diri terlihat dari kata *“teges teteg ngayomi”*. Kata ini berarti *“tegas, bijaksana, dan melindungi”*, maksudnya adalah bahwa calon presiden nomor urut 1 akan berusaha menjadi presiden yang bisa berlaku tegas, bijaksana, dan melindungi rakyatnya.

31) GARUDA DI DADAKU!  
10 Triliun  
Dana Riset  
Perguruan Tinggi

**(Kode 04)**

Selanjutnya adalah kalimat (31), identifikasi ditunjukkan pada kalimat *“Garuda di dadaku, 10 trilliun, dana riset, perguruan tinggi”*. *“Garuda di dadaku”* merupakan simbol dari calon presiden nomor urut 1 yang memiliki misi bahwa apabila ia menjadi presiden maka akan ada dana 10 Trilliun untuk dana

riset di perguruan tinggi. Oleh karena itu “*Garuda di dadaku*” merupakan salah satu identifikasi dari calon presiden nomor urut 1.

32) KEMBALIKAN INDONESIA MENJADI MACAN ASIA  
COBLOS NOMOR 1  
PRABOWO HATTA **(Kode 14)**

33) GERAKAN PERUBAHAN INDONESIA HEBAT  
SUDAH WAKTUNYA BANGSA INI DI PIMPIN  
SATRIO PININGIT  
YANG MAMPU NOTO NEGORO **(Kode 26)**

34) PRESIDENKU!  
JOKOWIDODO  
Jujur, Rakyat, Sederhana **(Kode 32)**

35) JOGJA ISTIMEWA UNTUK INDONESIA  
JOKOWIDODO-JUSUF KALLA  
Pemilih militan ora batingan ora wedi intimidasi...! **(Kode 39)**

36) Pilih Pemimpin yang Tegas, Jujur & Berwibawa  
Untuk Indonesia yang bermartabat  
PRABOWO-HATTA  
Coblos No 1 **(Kode 47)**

Pada kalimat (32) identifikasi ditunjukkan dari kalimat “*Kembalikan Indonesia menjadi macan Asia*”. Kalimat tersebut berusaha mengidentifikasi bahwa calon presiden dengan nomor urut 1 akan berusaha mengembalikan Indonesia menjadi negara dengan sebutan “*Macan Asia*”. Tak jauh berbeda dengan kalimat (33), kalimat ini juga berusaha mengidentifikasi dirinya menjadi calon presiden pilihan yang dapat merubah Bangsa Indonesia menjadi lebih baik lagi. “*Gerakan perubahan Indonesia hebat, Sudah waktunya bangsa ini dipimpin satrio piningit, yang mampu noto negoro*”. Kalimat tersebut bermakna bahwa Bangsa Indonesia akan menjadi hebat karena dipimpin oleh kesatria



pilihan, yang mampu menata negara menjadi lebih baik. Oleh karena itu dalam data ini calon presiden yang ada berusaha mengidentifikasi dirinya dengan *kesatria piningit*, yang mampu menata negara dengan lebih baik tersebut.

Identifikasi diri juga ditunjukkan dalam kalimat no (34). kalimat ini berusaha mengidentifikasi diri Joko Widodo sebagai calon presiden yang dapat bertindak jujur, merakyat, dan berlaku sederhana. Hal ini ditunjukkan dalam kalimat *“Presidenku, Joko Widodo, Jujur, merakyat, sederhana”*. Tidak jauh berbeda dengan data sebelumnya, data ke (35) identifikasi diri juga ditunjukkan dalam kalimat *“Jogja Istimewa Untuk Indonesia, Joko Widodo-Jusuf Kalla, Pemilih militan ora bitingan ora wedi intimidasi...”*. Disini Joko Widodo dan Jusuf Kalla berusaha menjadi orang yang kuat yang tidak takut dengan intimidasi yang akan terjadi nanti.

Kalimat no (36) masih termasuk dalam kalimat yang menggunakan teknik identifikasi dalam membuat spanduk kampanye. Identifikasi disini ditunjukkan dalam kalimat *“Pilih pemimpin yang tegas, jujur, dan berwibawa. Untuk Indonesia yang bermartabat. PRABOWO-HATTA”*. Dalam kalimat tersebut menunjukkan adanya identifikasi diri yang berusaha menyamakan dirinya seolah-olah akan menjadi pemimpin yang dapat berlaku jujur, tegas, dan berwibawa di dalam pemerintahannya kelak.

### **c. Sugesti**

Pada dasarnya konsep dari sebuah teknik persuasif adalah sugesti. Sugesti adalah suatu usaha yang melibatkan kekuatan emosional yang didapat dari

kekuatan atau kepatuhan kepada seseorang. Dalam penelitian ini juga akan dibahas tentang penggunaan sugesti sebagai salah satu teknik persuasif

Keraf (1994: 126).

37) MELAYANI BUKAN DILAYANI  
JOKOWI ADALAH KITA **(Kode 05)**

38) COBLOS 1 GARUDA MERAH  
PRABOWO HATTA  
Cerdas, Tegas, Mampu: Memimpin Indonesia **(Kode 09)**

39) Ingat Tanggal 9 Juli 2014 Coblos No 2  
JOKOWI JUSUF KALLA 2014  
MATA HATI KITA **(Kode 10)**

40) PRABOWO  
Presidenku ! **(Kode 17)**

41) JOKOWI PRESIDEN PILIHANKU  
Dari MARAUKE sampai SABANG,  
Dari PULAU ROTE sampai MIANGAS **(Kode 18)**

Seperti yang telah disebutkan di depan, sugesti merupakan salah satu teknik persuasif yang sering sekali digunakan dalam membuat iklan salah satunya adalah spanduk kampanye pilpres 2014 ini. Kalimat no (37) merupakan kalimat yang menggunakan teknik sugesti. Ditunjukkan pada kalimat "*Melayani, bukan dilayani, Jokowi adalah kita*". Dari kalimat tersebut seolah berusaha mensugesti pembaca atau masyarakat bahwa Jokowi adalah pilihan tepat yang dia akan selalu melayani rakyat bukan malah dia yang dilayani oleh rakyat.

Selanjutnya adalah kalimat (38) yang juga menggunakan teknik persuasif berupa sugesti. Dalam sugesti maksud utama adalah membujuk atau

mempengaruhi. Usaha mempengaruhi itu terlihat dalam rangkaian kalimat *“Prabowo-Hatta Cerdas, tegas, mampu mmimpin Indonesia”*. Kalimat ini memiliki sugesti terhadap pembaca yang membacanya agar dapat mempengaruhi untuk memimpin calon presiden Prabowo dan Hatta.

Tidak jauh berbeda dengan kalimat yang sebelumnya. Pada kalimat no (39) sugesti ditunjukkan pada kalimat *“Jokowi-Jusuf Kalla 2014, Mata hati kita”*. Dalam kalimat tersebut seolah mempengaruhi pembaca bahwa Jokowi dan Jusuf Kalla adalah pasangan yang sesuai dengan kata mata hati kita. Oleh karenanya data ini termasuk dalam sugesti.

kalimat (40) dan kalimat (41) teknik persuasif berupa sugesti ditunjukkan dalam kalimat *“Prabowo presidenku!”* dan *“Jokowi presiden pilihanku, dari Merauke sampai Sabang, Dari Pulau Rote sampai Miangas”*. Kalimat-kalimat tersebut berusaha mensugesti dengan menyatakan dukungan terhadap Prabowo dan Jokowi. Selain itu juga dengan kalimat selanjutnya yang juga menunjukkan adanya suatu usaha untuk mempengaruhi bahhwa masyaraka tdari Sabang hingga Merauke dan dari Pulau Rote hingga Miangas juga memberikan dukungan terhadap Jokowi.

#### **d. Konformitas**

Seperti yang telah disebutkan dalam kajian teori di depan, konformitas adalah suatu keinginan atau tindakan untuk membuat diri serupa dengan sesuatu yang lain. Selain itu konformitas juga berarti suatu mekanisme mental untuk menyesuaikan diri atau mencocokkan diri dengan sesuatu yang diinginkan.

Konformitas juga banyak ditemukan dalam spanduk kampanye pemilu capres dan cawapres RI tahun 2014. Berikut ini adalah pembahasan tentang beberapa spanduk yang menggunakan konformitas sebagai salah satu teknik persuasif Keraf (1994: 128).

- 42) PRESIDEN PILIHANKU No. 1  
 H. PRABOWO SUBIANTO  
 PRESIDENnya RAKYAT PRIBUMI  
 cerdas, tegas, berani, tanggung jawab, ora ngapusi, ora korupsi  
 GERakan BANGkit BUMI (Gerbang Bumi) Nusantara **(Kode 03)**
- 43) RELAWAN JOKTENG  
 JOkowi jK TERbukti ora Ngapusi  
 DARI JOGJA UNTUK INDONESIA  
 SAATNYA KEJUJURAN MEMIMPIN  
 Dari Wong Cilik Untuk Wong cilik **(Kode 07)**
- 44) Selamatkan Indonesia!  
 PRABOWO HATTA  
 PALING INDONESIA **(Kode 08)**
- 45) WAJIK KLETIK  
 GULANE JOWO  
 WONG BECIK MILIHE PRABOWO  
 PRABOWO HATTA  
 Indonesia Bangkit **(Kode 11)**
- 46) INDONESIA BUTUH PEMIMPIN YANG BERJIWA PANGLIMA  
 PRABOWO HATTA  
 Indonesia Bangkit **(Kode 12)**

Pada kalimat no (42) teknik persuasif yang berupa konformitas ditandai dengan adanya kata “*Prabowo Subianto, Presidennya rakyat pribumi. cerdas, tegas, berani, tanggung jawab, ora ngapusi, ora korupsi. Gerakan Bangkit Bumi (Gerbang Buni) Nusantara*”. Dalam rangkaian kalimat tersebut calon presiden

berusaha menunjukkan bahwa dirinya adalah pribadi yang cerdas, tegas, berani, tanggung jawab, tidak akan berbohong, dan tidak akan korupsi. Selain itu calon presiden juga berusaha menunjukkan bahwa dirinya adalah calon presiden bagi masyarakat kecil (pribumi).

Teknik Konformitas selanjutnya juga digunakan dalam kalimat no (43). Dalam kalimat ini calon presiden menunjukkan bahwa dirinya merupakan orang kecil seperti masyarakat Indonesia lainnya sehingga ia akan memperhatikan masyarakat kecil. Selain itu calon presiden juga berusaha menunjukkan bahwa dirinya adalah pribadi yang jujur dan tidak pernah berbohong dalam memimpin Indonesia. Hal ini ditunjukkan dalam kata “Jokowi-JK terbukti ora ngapusi, mari Jogja untuk Indonesia, saatnya kejujuran memimpin, mari wong cilik untuk wong cilik”.

“*Selamatkan Indonesia! Prabowo-Hatta Paling Indonesia*”, kalimat disamping merupakan kalimat dari kalimat (44). Dalam kalimat tersebut, calon presiden mencoba menginterpretasikan dirinya bahwa dirinya adalah yang paling tahu tentang Indonesia, yang mengenal Indonesia, dan masyarakatnya. Hal tersebut terlihat dari kata “*Prabowo-Hatta, Paling Indonesia*”. Dalam data ini calon presiden berusaha membuktikan bahwa dirinya mampu berbuat seperti rakyat banya.

Kalimat (45) juga menggunakan teknik persuasif berupa konformitas. Teknik konformitas terlihat dari kata “*Prabowo-Hatta Indonesia bangkit!!!*”. Dari kalimat tersebut dimaksudkan bahwa Indonesia akan bangkit dan menjadi lebih baik jika dipimpin oleh Prabowo dan Hatta.

Data terakhir yang menggunakan teknik persuasif berupa konformitas adalah kalimat no (46). Dalam kalimat ini calon presiden yang berkampanye menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang panglima yang bisa memimpin Indonesia. Indonesia akan bangkit menuju yang lebih baik jika dipimpin oleh pemimpin yang berjiwa panglima seperti Prabowo yang dahulunya memang merupakan seorang perwira TNI. Hal ini ditunjukkan dalam kalimat *“Indonesia butuh pemimpin yang berjiwa panglima, Prabowo-Hatta, Indonesia bangkit”*.

#### **e. Kompensasi**

Kampanye calon presiden dan calon wakil presiden merupakan suatu usaha untuk mempromosikan diri agar terpilih dan dipilih oleh masyarakat. Dalam kampanye tersebut ditemukan 1 spanduk sebagai alat peraga kampanye menggunakan teknik persuasif berupa kompensasi untuk menarik perhatian masyarakat yang membacanya. Berikut ini adalah pembahasan data yang terdapat dalam spanduk kampanye capres dan cawapres pada pemilu 2014 di Kota Yogyakarta Keraf (1994: 129).

47) GARUDA DI DADAKU!  
Lindungi & Kembangkan  
Pasar tradisonal

**(Kode 46)**

Tidak banyak kalimat yang ditemukan dengan menggunakan teknik kompensasi ini. kalimat (47) merupakan satu-satunya kalimat yang menggunakan teknik kompensasi. Dalam kalimat ini disebutkan *bahwa “Garuda di dadaku, Lindungi dan Kembangkan pasar tradisional”*. Dapat diartikan, jika presiden dengan lambang burung garuda terpilih menjadi presiden maka kompensasi yang

akan didapatkan adalah pasar tradisional tetap ada dan semakin berkembang. Hal ini untuk menarik masyarakat kecil yang sebagian besar masyarakat kecil menggunakan pasar tradisional untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

#### **f. Substitusi/ Penggantian**

Teknik persuasif lainnya yang digunakan dalam spanduk kampanye capres dan cawapres di Kota Yogyakarta adalah teknik substitusi atau penggantian. Teknik ini merupakan suatu proses yang berusaha menggantikan sesuatu maksud atau hal yang mengalami rintangan sekaligus juga menggantikan emosi, kebencian, dan perasaan yang lainnya. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan dalam pembahasan terhadap data yang termasuk dalam jenis substitusi atau penggantian ini berikut ini Keraf (1994: 130).

48) GERINDRA MENANG  
PRABOWO PRESIDEN

**(Kode 35)**

Sama halnya dengan penggunaan teknik persuasif berupa teknik pengganti atau substitusi, dalam penelitian ini hanya ada satu data dapat dianalisis. Kalimat (48) menunjukkan penggantian diri dari *Gerindra* menjadi *Prabowo*. Gerindra merupakan nama partai yang mengusung Prabowo sebagai calon presiden RI. Sehingga disebutkan apabila *Gerindra* menang maka *Prabowo* akan menjadi presiden RI. Hal ini ditunjukkan dalam kalimat “*Gerindra Menang. Prabowo Presiden*”. Dalam kalimat ini penggunaan huruf kapital merupakan suatu penekanan bahwa di dalam GERINDA MENANG PRABOWO PRESIDEN menunjukkan sebuah identitas yang besar dan layak untuk di pilih.

### g. Proyeksi

Proyeksi juga digunakan dalam spanduk kampanye capres dan cawapres pada pemilu 2014 di Kota Yogyakarta. Berikut ini adalah pembahasan tentang penggunaan proyeksi sebagai salah satu bentuk teknik persuasif

Keraf (1994: 131).

49) PRABOWO HATTA

Indonesia Bangkit!

“Pilih SATU untuk Indonesia Makmur”

**(Kode 06)**

50) PEMIMPIN RAKYAT LAHIR DARI RAKYAT

**(Kode 13)**

51) Rakyat Bersatu

Coblos No. 1

**(Kode 27)**

Proyeksi yang digunakan dalam kalimat (49), (50), dan (51) memiliki beberapa kesamaan. Berikut ini adalah analisis terhadap kalimat yang menggunakan teknik proyeksi dalam berkampanye. kalimat (49) “pilih satu untuk Indonesia makmur”, dalam kalimat tersebut memproyeksikan suatu kemakmuran yang akan terapai jika memilih calon presiden nomor urut 1. Hal ini bermaksud memberikan kesan baik terhadap calon presiden yang bernomor urut 1. Kalimat PRABOWO-HATTA merupakan sebuah nama yang besar untuk bisa di pilih dan dapat membangun indonesia yang lebih baik lagi.

Selanjutnya adalah kalimat (50) yang menyebutkan “pemimpin rakyat lahir dari rakyat”. Teknik proyeksi terlihat disini dalam usaha menyamakan kedudukan antara pemimpin dengan rakyatnya. Disebutkan dimana pemimpin yang baik itu berasal dari rakyatnya, agar bisa mengetahui atau merasakan keadaan dan kondisi rakyatnya. Kalimat tersebut merupakan sebuah identitas bahwa pemimpin rakyat



itu lahir dari rakyat agar bisa mengayomi dan selalu mendengarkan keluhan dari rakyatnya.

Yang terakhir adalah kalimat (51) yang juga menggunakan teknik persuasif berupa proyeksi. Terlihat dari kalimat “Rakyat bersatu, Coblos nomor 1”. Dari kalimat tersebut proyeksi diri terlihat dari bersatunya rakyat akan secara serempak mendukung calon presiden dengan nomor urut 1. Kalimat RAKYAT BERSATU merupakan kalimat yang mengandung nilai kemanusiaan bahwa rakyat harus bersatu untuk memilih calon presiden yang baik untuk mereka. Coblos No.1 merupakan kalimat perintah atau ajakan agar rakyat harus memilih calon presiden dengan nomer urut 1 tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka didapatkan beberapa kesimpulan. Berikut ini kesimpulan tersebut.

1. Variasi kalimat yang ada di dalam spanduk kampanye pemilu presiden pada tahun 2014 di Yogyakarta yaitu kalimat berita, kalimat perintah, dan kalimat seru. Kalimat seru (Ekslamatif) biasanya dipakai oleh penutur untuk mengungkapkan perasaan emosi yang kuat, termasuk kejadian yang tiba-tiba dan memerlukan reaksi spontan. Pada bahasa lisan kalimat ini berintonasi naik dan pada bahasa tulis ditandai dengan tanda seru pada akhir kalimatnya. Kalimat seru merupakan kalimat yang paling banyak ditemukan dalam penelitian ini. Setelah kalimat seru disusul dengan kalimat perintah (Imperatif) biasanya dipakai jika penutur ingin menyuruh atau melarang orang berbuat sesuatu. Pada bahasa lisan kalimat ini berintonasi akhir menurun dan pada bahasa tulis kalimat ini diakhiri dengan tanda seru ataupun tanda titik, dan yang terakhir adalah kalimat berita (Deklaratif) biasanya kalimat ini dipakai oleh penutur untuk menyatakan suatu berita kepada mitra pembicaraannya. Bentuk kalimat berita bersifat bebas, boleh inversal atau biasa, aktif atau pasif, tunggal atau majemuk yang penting isinya merupakan pemberitahuan. Perincian datanya adalah sebagai berikut ini. Kalimat seru sebanyak 28,

kalimat perintah sebanyak 20, dan kalimat berita sebanyak 11, sedangkan untuk penggunaan kalimat tanya tidak ditemukan dalam penelitian ini.

2. Teknik persuasif yang digunakan dalam spanduk kampanye pemilu presiden pada tahun 2014 di Yogyakarta yaitu teknik rasionalisasi yang dijelaskan adalah teknik persuasif yang ditandai dengan membatasi akal untuk memberikan suatu dasar pembenaran kepada suatu persoalan, identifikasi adalah teknik persuasif yang bercirikan suatu usaha untuk mengidentifikasi atau penyamaan diri perilaku persuasi dengan suatu objek yang lain, sugesti adalah suatu usaha yang melibatkan kekuatan emosional yang didapat dari kekuatan atau kepatuhan kepada seseorang, konformitas adalah suatu keinginan atau tindakan untuk membuat diri serupa dengan sesuatu yang lain, kompensasi adalah suatu tindakan atau suatu hasil dari usaha untuk mencari suatu pengganti bagi sesuatu hal yang tak dapat diterima, atau suatu sikap atau keadaan yang tidak dapat dipertahankan, substitusi adalah suatu proses yang berusaha menggantikan suatu maksud atau hal yang mengalami rintangan dengan suatu maksud atau hal lain yang sekaligus juga menggantikan emosi kebencian asli, atau kadang-kadang emosi cinta kasih yang asli dan proyeksi adalah suatu teknik untuk menjadikan sesuatu yang tadinya adalah subyek menjadi obyek. Untuk rincian datanya yaitu 4 spanduk menggunakan rasionalisasi, 8 spanduk menggunakan identifikasi, 16 spanduk menggunakan sugesti, 17 spanduk menggunakan konformitas, 1 spanduk menggunakan kompensasi, 1 spanduk menggunakan substitusi, dan 4 spanduk menggunakan proyeksi.

## B. IMPLIKASI

Beberapa hal yang dapat diimplikasikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penggunaan kalimat yang bervariasi dalam spanduk kampanye Capres dan Cawapres RI tahun 2014 memiliki tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis kalimat yang paling sering digunakan berupa kalimat tunggal. Jenis kalimat tunggal dalam spanduk kampanye Capres dan Cawapres RI 2014 menunjukkan bahwa untuk membuat spanduk kampanye dibutuhkan kalimat yang lebih sederhana. Penggunaan kalimat tunggal yang sederhana dalam spanduk akan lebih cepat dibaca dan dipahami oleh pembaca dan pemilih capres dan cawapres.
2. Jenis kalimat seru dalam spanduk kampanye Capres dan Cawapres RI tahun 2014 juga paling digunakan. Hal tersebut karena kalimat seru memang dipakai agar mendapat respon dari pembaca dan pemilih sebagai wujud dari kampanye itu sendiri. Kalimat-kalimat seru memiliki peran sebagai ajakan kepada pembaca dan pemilih untuk merespon. Respon itu berupa mencoblosan pada capres dan cawapres yang dikampanyekan dalam spanduk.
3. Spanduk kampanye sebagai media untuk berkampanye atau mengajak pembaca ataupun pemilih untuk mencoblos capres dan cawapres menggunakan teknik persuasif tertentu. Teknik persuasif digunakan sebagai teknik untuk membujuk dalam spanduk kampanye tersebut. Misalnya teknik persuasif berupa konformitas yang paling banyak ditemukan dalam penelitian ini juga bertujuan tertentu. Teknik itu mencoba mengajak dan membujuk pembaca atau pemilih untuk mencoblos capres dan cawapres tertentu dengan cara tersendiri. Teknik konformitas memiliki efek penyamaan atau pemiripan antara pembaca atau pemilih dengan capres dan

cawapres. Hal itu dilakukan agar pembaca atau pemilih merasa senasib dengan calon pilihannya sehingga efek mengajak tersisip dan dimaksimalkan dengan baik.

### C. SARAN

Penulis berharap bahwa penelitian tentang variasi kalimat dan penggunaan teknik persuasif dalam spanduk kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2014 di Kota Yogyakarta ini bisa menjadi referensi baru dalam perkembangan bahasa Indonesia. Adapun beberapa saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut.

1. Bagi pembuat spanduk yang pekerjaannya membuat spanduk. Kehadiran spanduk buatannya memang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Spanduk akan menjamur dengan sendirinya sesuai dengan *event-event* yang sedang terjadi. Sebagai contoh, salah satunya adalah pada pemilu 2014 ini. Kedua calon Presiden RI menggunakan spanduk sebagai salah satu media untuk berkampanye. Dalam spanduk kampanye bahasa yang digunakan juga beragam. Di Yogyakarta ditemukan penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa sebagai salah satu penarik pembaca spanduk.

Bagi pembuat spanduk yang menggunakan bahasa Jawa sebaiknya menggunakan bahasa Jawa yang baik dan bermakna indah. Selain bisa menjadi penarik perhatian tetapi juga bisa menjadi salah satu cara melestarikan budaya. Sebaiknya bentuk kalimat yang digunakan juga jangan terlalu monoton atau menjemukan, yaitu kalimat seru, maka untuk selanjutnya dapat ditambahkan lagi variasi kalimat yang digunakan dalam pembuatan spanduk.

2. Bagi peneliti yang akan meneliti tentang jenis kalimat, mengingat banyaknya permasalahan yang berkaitan dengan bahasa, dalam penulisan spanduk yang belum dikaji maka hendaknya permasalahan tersebut mendapat perhatian untuk diteliti lebih lanjut. Misalnya dari segi struktur kalimat, keefektifan kalimat, faktor yang melatarbelakangi penggunaan spanduk dalam berkampanye.

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam hasil penelitian ini. Untuk itu peneliti berharap agar kelak akan ada lagi peneliti peneliti lain yang dapat lebih baik dalam melakukan penelitian mengenai hal ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Lukman dkk. 1991. *Petunjuk Praktis Berbahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Alwi, Hasan, dkk. 2005. *Tata Bahasa Buku Indonesia. Edisi ke-3*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arifin, E. Zaenal dan S. Amran Tasai (Ed. 2008). *Cermat Berbahasa Indonesia*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Badudu, J.S. 1990. *Inilah Bahasa Indonesia yang benar*. Jakarta : Gramedia
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2009. *Sintaksis Bahasa Indonesia: Pendekatan Proses*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darjowidjojo, Soejono. 1983. *Beberapa Aspek Linguistik Indonesia*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Darmadi. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Ke IV*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Djajasudarma, T.Fatimah. 1993. *Metode Linguistik: Ancaman Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: PT.Eresco.
- Finoza, Lamuddin. 2001. *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Mulia.
- Fokker. 1972. *Sintaksis Indonesia*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Keraf, Gorys. 1994. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Grammedia.
- Kesuma, Tri Mastoyo Jati. 2002. *Pengantar (Metode) Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Carassvati books.
- Kridaklaksana, Harimurti. 1980. *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa*. Flores: Ende.
- Marwoto dkk. 1987. *Komposisi Praktis Yogyakarta*: Hanindita.

- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Parera, Jos Daniel. 1988. *Sintaksis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Purwanty, Ermina Eka. 2004. “Analisis Ragam Bahasa dalam Spanduk Kampanye Pemilu 2004: Sebuah Tinjauan Sociolinguistik”. Skripsi S1. Yogyakarta: Program Studi Linguistik. Fakultas Ilmu Budaya: Universitas Gajah Mada.
- Ramlan. 2005. *Sintaksis*. Yogyakarta: CV. Karyono.
- Razak, A. 1985. *Kalimat Efektif Struktur, Gaya dan Variasi*. Jakarta: Grammedia.
- Samsuri. 1982. *Analisis Bahasa: Memahami Bahasa Secara Ilmiah*. Jakarta Pusat: Eirlangga.
- Sudaryanto. 2001. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana Press.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University.
- Soeparno. 1993. *Dasar-Dasar Linguistik*. Yogyakarta: Mitra Gama Widya.
- Sugono, Dendy. 1991. *Berbahasa Indonesia dengan Benar*. Jakarta: PT Priastu.
- Sutopo, H. B. 2006. *Metodologi Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Pusat Penelitian Universitas Sebelas Maret.
- Tarigan, Henry Guntur. 1992. *Pengajaran Sintaksis*. Bandung: Angkasa.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.



# LAMPIRAN

**Lampiran 1. TABEL DATA VARIASI KALIMAT DAN TEKNIK PERSUASIF SPANDUK KAMPANYE CAPRES DAN CAWAPRES REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2014 DI KOTA YOGYAKARTA**

No	Kode	Data	Variasi Kalimat				Teknik Persuasif						
			Berita	Tanya	Perintah	Seru	Rasional	Identifikasi	Sugesti	Konformitas	Kompensasi	Substitusi	Proyeksi
1.	01	TEGES TETEG NGAYOMI 1 PRABOWO HATTA				√		√					
2.	02	JOKOWI-JK ADALAH KITA MERAKYAT, JUJUR, TERBUKTI !				√				√			
3.	03	PRESIDEN PILIHANKU No. 1 H. PRABOWO SUBIANTO PRESIDENnya RAKYAT PRIBUMI cerdas, tegas, berani, tanggung jawab, ora ngapusi, ora korupsi GERakan BANGkit BUMI (Gerbang Bumi) Nusantara	√							√			
4.	04	GARUDA DI DADAKU! 10 Triliun Dana Riset Perguruan Tinggi	√			√		√					
5.	05	MELAYANI BUKAN DILAYANI JOKOWI ADALAH KITA				√			√				
6.	06	PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit! “Pilih SATU untuk Indonesia Makmur”			√	√							√
7.	07	RELAWAN JOKTENG JOkowi jK Terbukti ora NGapusi DARI JOGJA UNTUK INDONESIA SAATNYA KEJUJURAN MEMIMPIN Dari Wong Cilik Untuk Wong cilik			√					√			
8.	08	Selamatkan Indonesia! PRABOWO HATTA PALING INDONESIA				√				√			
9.	09	COBLOS 1 GARUDA MERAH PRABOWO HATTA Cerdas, Tegas, Mampu: Memimpin			√				√				

No	Kode	Data	Variasi Kalimat				Teknik Persuasif						
			Berita	Tanya	Perintah	Seru	Rasional	Identifikasi	Sugesti	Konformitas	Kompensasi	Substitusi	Proyeksi
		Indonesia											
10.	10	Ingat Tanggal 9 Juli 2014 Coblos No 2 JOKOWI JUSUF KALLA 2014 MATA HATI KITA			√				√				
11.	11	WAJIK KLETIK GULANE JOWO WONG BECIK MILIHE PRABOWO PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit				√				√			
12.	12	INDONESIA BUTUH PEMIMPIN YANG BERJIWA PANGLIMA PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit				√				√			
13.	13	PEMIMPIN RAKYAT LAHIR DARI RAKYAT	√										√
14.	14	KEMBALIKAN INDONESIA MENJADI MACAN ASIA COBLOS NOMOR 1 PRABOWO HATTA			√			√					
15.	15	MARI COBLOS NOMOR 1 Selamatkan Indonesia!			√		√						
16.	16	JOKO WIDODO-JUSUF KALLA Presiden Pilihan Rakyat	√							√			
17.	17	PRABOWO Presidenku !				√			√				
18.	18	JOKOWI PRESIDEN PILIHANKU Dari MARAUKE sampai SABANG, Dari PULAU ROTE sampai MIANGAS	√						√				
19.	19	INDONESIA HEBAT! RAKYAT BERSATU TAK BISA DIKALAHKAN				√			√				
20.	20	1 INDONESIA Coblos Garuda Merah nya			√				√				
21.	21	GARUDA DI DADAKU! Pastikan Subsidi				√				√			

No	Kode	Data	Variasi Kalimat				Teknik Persuasif						
			Berita	Tanya	Perintah	Seru	Rasional	Identifikasi	Sugesti	Konformitas	Kompensasi	Substitusi	Proyeksi
		BBM & PUPUK Tetap Ada											
22.	22	MERAKYAT, DARI RAKYAT, PASTI TIDAK MELUPAKAN RAKYAT!!! JOKOWI ADALAH KITA 2				√				√			
23.	23	”MERDEKA UNTUK MEMILIH” PILIH SATU KARENA SAYA CINTA INDONESIA			√		√						
24.	24	GARUDA DI DADAKU! Cerdas. Tegas, Mampu Memimpin Indonesia !				√				√			
25.	25	GARUDA DI DADAKU ! Hapuskan Sistem Outsourcing!			√	√				√			
26.	26	GERAKAN PERUBAHAN INDONESIA HEBAT SUDAH WAKTUNYA BANGSA INI DI PIMPIN SATRIO PININGIT YANG MAMPU NOTO NEGORO	√					√					
27.	27	Rakyat Bersatu Coblos No. 1			√								√
28.	28	AYO MILIH SING WANGUN LAN MITAYANI Membawa Indonesia Makmur 1 PRABOWO HATTA			√				√				
29.	29	PRABOWO HATTA Nyuwun Doa Pangestu	√				√						
30.	30	GERAKAN BERSAMA PRABOWO HATTA KERJA NYATA Untuk Rakyat Indonesia	√							√			
31.	31	Harga BBM & Sembako Murah PRABOWO HATTA				√				√			
32.	32	PRESIDENKU! JOKOWIDODO				√		√					

No	Kode	Data	Variasi Kalimat				Teknik Persuasif						
			Berita	Tanya	Perintah	Seru	Rasional	Identifikasi	Sugesti	Konformitas	Kompensasi	Substitusi	Proyeksi
		Jujur, Merakyat, Sederhana											
33.	33	OJO KUWL....!!! IKI WAE .....!!! MP3 MASYARAKAT PENDUKUNG PRABOWO PRESIDEN			√	√			√				
34.	34	Jangan Digusur...!!! PKL Harus Diberdayakan...!!! PRABOWO HATTA Presiden & Wapresnya Pedagang Kaki Lima	√		√	√				√			
35.	35	GERINDRA MENANG PRABOWO PRESIDEN				√						√	
36.	36	GARUDA DI DADAKU Dana 1 miliar desa/ kelurahan				√				√			
37.	37	PILPRES 9 JULI 2014 COBLOS PRABOWO-HATTA NOMOR 1 UNTUK INDONESIA MAJU			√					√			
38.	38	Jokowi PRESIDENKU JUJUR-SEDERHANA-BEKERJA	√						√				
39.	39	JOGJA ISTIMEWA UNTUK INDONESIA JOKOWIDODO-JUSUF KALLA Pemilih militan ora bitingan ora wedi intimidasi...!	√			√		√					
40.	40	COBLOS NO.2 PRESIDEN-WAKIL PRESIDEN RI PERIODE 2014-2019 Bersih, Jujur, Rendah Hati, Sederhana & Merakyat Bekerja keras & cepat untuk kesejahteraan rakyat Bertindak tegas dalam penegakan hukum & pemberantasan korupsi	√						√				
41.	41	OJO LALI REBO 9 JULI			√				√				

No	Kode	Data	Variasi Kalimat				Teknik Persuasif						
			Berita	Tanya	Perintah	Seru	Rasional	Identifikasi	Sugesti	Konformitas	Kompensasi	Substitusi	Proyeksi
		COBLOS NOMER 1											
42.	42	PRESIDEN KITA PILIHAN BERSAMA INDONESIA SEJAHTERA & BERMARTABAT PRABOWO-HATTA				√				√			
43.	43	PRABOWO for PRESIDENT PENYELAMAT NKRI				√				√			
44.	44	RAKYAT BERSATU MEMILIH JOKOWI-JK COBLOS NOMOR 2			√				√				
45.	45	JOKOWI-JK OJO LALI COBLOS NO 2 KOALISI DENGAN HATI TANPA TRANSAKSI			√					√			
46.	46	GARUDA DI DADAKU! Lindungi & Kembangkan Pasar tradisonal				√					√		
47.	47	Pilih Pemimpin yang Tegas, Jujur & Berwibawa Untuk Indonesia yang bermartabat PRABOWO-HATTA Coblos No 1			√			√					
48.	48	BERSAMA JOKOWI-JK MENUJU INDONESIA KUAT INDONESIA HEBAT				√			√				
49.	4	TEGAS TAPI SANTUN JOKOWI ADALAH KITA RELAWAN MERAH PUTIH				√				√			
50.	50	PEMUDA BERSATU PILIH NO.1 PRABOWO HATTA SELAMATKAN INDONESIA!				√			√				
51.	51	1 NUSA 1 BANGSA Anak Muda yang Cerdas Pilih Pemimpin yang Tegas				√	√						

**Lampiran 2. Deskriptif TABEL DATA VARIASI KALIMAT DAN TEKNIK PERSUASIF SPANDUK KAMPANYE CAPRES DAN CAWAPRES REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2014 DI KOTA YOGYAKARTA**

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
1.	01	TEGES TETEG NGAYOMI 1 PRABOWO HATTA	Seru	Identifikasi	Pada kalimat nomer (01) ini tanda-tanda dari kalimat seru ditunjukkan dengan adanya seruan atau pernyataan dari kalimat yang ada yaitu TEGES TETEG NGAYOMI, 1 PRABOWO HATTA. Maksud dari kalimat TEGES TETEG NGAYOMI, 1 PRABOWO HATTA adalah sebuah ungkapan seru bahwa calon presiden dari partai tersebut kalau terpilih maka akan tegas, teguh, dan melayani rakyat. Teknik persuasif pada kalimat nomer (01) tersebut calon presiden nomor 1 berusaha mengidentifikasikan dirinya. Identifikasi diri terlihat dari kata “teges teteg ngayomi”. Kata ini berarti “tegas, bijaksana, dan melindungi”, maksudnya adalah bahwa calon presiden nomor urut 1 akan berusaha menjadi presiden yang bisa berlaku tegas, bijaksana, dan melindungi rakyatnya.
2.	02	JOKOWI-JK ADALAH KITA MERAKYAT, JUJUR, TERBUKTI !	Seru	Konformits	Pada kalimat nomer (02) ini tanda-tanda dari kalimat seru ditunjukkan dengan adanya tanda seru. Adalah ungkapan bahwa JOKOWI-JK adalah pribadi yang merakyat dan jujur agar rakyat percaya kepada mereka. Teknik persuasif pada kalimat ini adalah konformitas nomer (02) dengan cara mencocokkan dirinya agar dapat dikenal dan mampu bertindak kepada semua kalangan masyarakat.
3.	03	PRESIDEN PILIHANKU No. 1 H. PRABOWO SUBIANTO PRESIDENnya RAKYAT PRIBUMI cerdas, tegas, berani, tanggung jawab, ora ngapusi, ora korupsi GERakan BANGkit BUMI (Gerbang Bumi) Nusantara	Berita	Konformitas	Pada kalimat nomer (03) ini adalah kalimat berita ditunjukkan kalimat PRESIDEN PILIHANKU No. 1 H. PRABOWO SUBIANTO PRESIDENnya RAKYAT PRIBUMI cerdas, tegas, berani, tanggung jawab, ora ngapusi, ora korupsi menjelaskan bahwa H.PRABOWO SUBIANTO adalah orang yang bisa di percaya oleh rakyat pribumi. Teknik persuasif yang ada di kalimat nomer (03) ini adalah konformitas yaitu dijelaskan dengan H.PRABOWO SUBIANTO ialah orang yang cerdas, tegas, berani, tanggung jawab, ora ngapusi, ora korupsi mereka menganggap H.PRABOWO SUBIANTO cocok seperti presiden sebelumnya.
4.	04	GARUDA DI DADAKU! 10 Triliun Dana Riset Perguruan Tinggi	Berita, Seru	Identifikasi	Pada kalimat nomer (04) menjelaskan bahwa variasi kalimat yang terdapat di kalimat tersebut adalah kalimat berita dan seru karena ada 2 kalimat yang berbeda. GARUDA DI DADAKU! merupakan kalimat seru karena terdapat tanda seru di akhir kalimat sedangkan 10 Triliun Dana Riset Perguruan Tinggi adalah yang memberitakan bahwa dana 10 triliun akan turun untuk perguruan tinggi apabila capres dengan lambang garuda terpilih sebagai presiden. Teknik persuasif yang ada di kalimat nomer (04) tersebut calon Presiden yang berlambangkan garuda berusaha mengidentifikasi dirinya dengan cara mengalirkan dana ke perguruan tinggi agar dapat di pilih menjadi Presiden.
5.	05	MELAYANI BUKAN DILAYANI JOKOWI ADALAH KITA	Seru	Sugesti	Pada kalimat nomer (05) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat MELAYANI BUKAN DILAYANI JOKOWI ADALAH KITA dapat disimpulkan bahwa JOKOWI itu adalah kita yang tidak mau dilayani dan akan melayani masyarakat yang membutuhkan. Teknik persuasif pada kalimat nomer (05) tersebut adalah sugesti ditunjukkan pada kalimat MELAYANI BUKAN DI

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
					LAYANI dari kalimat tersebut seolah berusaha mensugesti pembaca atau masyarakat bahwa Jokowi adalah pilihan yang tepat yang dia akan selalu melayani rakyat dan bukan malah dia yang dilayani oleh rakyat.
6.	06	PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit! “Pilih SATU untuk Indonesia Makmur”	Perintah, Seru	Proyeksi	Pada kalimat nomer (06) ini merupakan kalimat perintah dan seru karena terdapat tanda seru yang ada di dalam kalimat tersebut dijelaskan pada kalimat PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit!. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (06) ini adalah proyeksi dijelaskan pada kalimat Pilih SATU untuk Indonesia Makmur, dalam kalimat tersebut memproyeksikan suatu kemakmuran yang akan tercapai jika memilih PRABOWO HATTA. Hal ini bermaksud memberi kesan yang baik terhadap PRABOWO HATTA.
7.	07	RELAWAN JOKTENG Jokowi jK Terbukti ora NGapusi DARI JOGJA UNTUK INDONESIA SAATNYA KEJUJURAN MEMIMPIN Dari Wong Cilik Untuk Wong cilik	Perintah	Konformitas	Pada kalimat nomer (07) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat SAATNYA KEJUJURAN MEMIMPIN Dari Wong Cilik Untuk Wong Cilik di dalam kalimat tersebut memberikan suatu perintah untuk orang yang akan memimpin itu hanya untuk orang yang jujur. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (07) ini adalah konformitas dijelaskan bahwa dirinya merupakan orang kecil seperti masyarakat Indonesia lainnya sehingga ia akan memperhatikan masyarakat kecil. Selain itu calon Presiden juga berusaha menunjukkan bahwa dirinya pribadi yang jujur dan tidak pernah berbohong dalam memimpin Indonesia.
8.	08	Selamatkan Indonesia! PRABOWO HATTA PALING INDONESIA	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (08) ini merupakan kalimat seru ditunjukkan dengan adanya tanda seru. Adalah ungkapan bahwa Selamatkan Indonesia! Itu merupakan seruan agar yang menjadi Presiden bisa menyelamatkan Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (08) ini adalah konformitas dijelaskan bahwa calon Presiden tersebut menginterpretasikan dirinya yang paling tahu tentang Indonesia, dan masyarakatnya. Hal tersebut terlihat dari kalimat PRABOWO HATTA PALING INDONESIA.
9.	09	COBLOS 1 GARUDA MERAH PRABOWO HATTA Cerdas, Tegas, Mampu: Memimpin Indonesia	Perintah	Sugesti	Pada kalimat nomer (09) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat COBLOS 1 GARUDA MERAH PRABOWO HATTA. Di dalam kalimat tersebut memberikan suatu perintah untuk mencoblos no 1 yang ber lambangkan garuda merah. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (09) ini adalah sugesti dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih no 1. Usaha mempengaruhi terlihat dalam rangkaian kalimat PRABOWO HATTA Cerdas, Tegas, Mampu Memimpin Indonesia kalimat ini memiliki sugesti yang membacanya.
10.	10	Ingat Tanggal 9 Juli 2014 Coblos No 2 JOKOWI JUSUF KALLA 2014 MATA HATI KITA	Perintah	Sugesti	Pada kalimat nomer (10) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat Ingat Tanggal 9 Juli 2014 Coblos No.2. Di dalam kalimat tersebut memberikan suatu perintah jangan lupa pada tanggal 9 juli 2014 akan di adakan pemilu dan harus mencoblos no 2. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (10) ini adalah sugesti dijelaskan bahwa JOKOWI JUSUF KALLA adalah pasangan yang sesuai dengan mata hati kita.
11.	11	WAJIK KLETIK GULANE JOWO WONG BECIK MILIHE	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (11) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat WAJIK KLETIK GULANE JOWO WONG BECIK MILIHE PRABOWO di dalam kalimat



No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
		PRABOWO PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit			tersebut terdapat pesan agar memilih Prabowo sebagai presiden Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (11) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit bahwa Indonesia akan bangkit jika di pimpin oleh Prabowo Hatta.
12.	12	INDONESIA BUTUH PEMIMPIN YANG BERJIWA PANGLIMA PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit	Seru	Konformits	Pada kalimat nomer (12) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat INDONESIA BUTUH PEMIMPIN YANG BERJIWA PANGLIMA di dalam kalimat tersebut adanya seruan untuk memilih pemimpin yang berjiwa panglima seperti Prabowo. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (12) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat INDONESIA BUTUH PEMIMPIN YANG BERJIWA PANGLIMA PRABOWO HATTA Indonesia Bangkit di jelaskan bahwa calon Presiden berkampanye menunjukkan dia adalah seorang panglima yang bisa memimpin Indonesia.
13.	13	PEMIMPIN RAKYAT LAHIR DARI RAKYAT	Berita	Proyeksi	Pada kalimat nomer (13) ini adalah kalimat berita ditunjukkan kalimat PEMIMPIN RAKYAT LAHIR DARI RAKYAT dijelaskan bahwa seorang pemimpin yang tepat adalah pemimpin yang lahir dari rakyat agar bisa mengerti keluhan dari rakyatnya. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (13) ini adalah proyeksi dijelaskan pada kalimat PEMIMPIN RAKYAT LAHIR DARI RAKYAT teknik proyeksi terlihat disini dalam usaha menyamakan kedudukan antara pemimpin dengan rakyatnya. Disebutkan di mana pemimpin yang baik adalah berasal dari rakyatnya.
14.	14	KEMBALIKAN INDONESIA MENJADI MACAN ASIA COBLOS NOMOR 1 PRABOWO HATTA	Perintah	Identifikasi	Pada kalimat nomer (14) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat COBLOS NO 1 PRABOWO HATTA Di dalam kalimat tersebut memberikan suatu perintah agar masyarakat Indonesia mencoblos no 1 yaitu Prabowo Hatta. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (14) ini adalah identifikasi dijelaskan dari kalimat KEMBALIKAN INDONESIA MENJADI MACAN ASIA, kalimat tersebut berusaha mengidentifikasi bahwa calon Presiden dengan nomor urut 1 akan berusaha mengembalikan Indonesia menjadi negara dengan sebutan Macan Asia.
15.	15	MARI COBLOS NOMOR 1 Selamatkan Indonesia!	Perintah	Rasional	Pada kalimat nomer (15) ini tanda-tanda dari kalimat seru ditunjukkan dengan adanya tanda seru. Adalah ungkapan Selamatkan Indonesia! Itu merupakan seruan agar yang menjadi Presiden bisa menyelamatkan Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (15) ini adalah rasional disebutkan jika kita memilih nomor 1 maka kita akan menyelamatkan Indonesia. Hal itu merupakan sebuah pemikiran logis dalam berkampanye jika mencoblos no 1 maka pemilih sebagai bagian dari Indonesia dapat terselamatkan dan mendapatkan pemimpin yang baik untuk indonesia.
16.	16	JOKO WIDODO-JUSUF KALLA Presiden Pilihan Rakyat	Berita	Konformitas	Pada kalimat nomer (16) ini adalah kalimat berita ditunjukkan kalimat JOKO WIDODO-JUSUF KALLA Presiden Pilihan Rakyat dijelaskan bahwa adanya informasi yang memberitahukan tentang terpilihnya Jokowi dan Jusuf Kalla itu karena mereka telah dipilih oleh rakyat Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (16) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat Presiden Pilihan Rakyat, mereka terpilih karena adanya kesamaan dengan rakyat.
17.	17	PRABOWO Presidenku !	Seru	Sugesti	Pada kalimat nomer (17) ini adalah kalimat seru ditunjukan dengan adanya tanda seru yang ada di akhir kalimat yaitu PRABOWO Presiden ku dijelaskan bahwa seorang PRABOWO itu layak untuk menjadi presiden rakyat Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (17) ini adalah sugestis dijelaskan maksud membujuk atau

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
					mempengaruhi agar memilih PRABOWO sebagai presiden.
18.	18	JOKOWI PRESIDEN PILIHANKU Dari MARAUKE sampai SABANG, Dari PULAU ROTE sampai MIANGAS	Berita	Sugesti	Pada kalimat nomer (18) ini adalah kalimat berita ditunjukkan kalimat JOKOWI PRESIDEN PILIHANKU Dari MARAUKE sampai SABANG, Dari PULAU ROTE sampai MIANGAS dijelaskan bahwa sosok seorang jokowi itu terkenal dari sabang sampai marauke dan harus memilihnya. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (18) ini adalah sugestis dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih JOKOWI sebagai presiden karena terkenalnya dia sampai kepenjuru Indonesia.
19.	19	INDONESIA HEBAT! RAKYAT BERSATU TAK BISA DIKALAHKAN	Seru	Sugesti	Pada kalimat nomer (19) ini adalah kalimat seru ditunjukan dengan adanya tanda seru yang ada di akhir kalimat yaitu INDONESIA HEBAT! RAKYAT BERSATU TAK BISA DIKALAHKAN dijelaskan bahwa kalau rakyat bersatu memilih presiden yang baik maka Indonesia kan menjadi hebat untuk kedepan. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (19) ini adalah sugestis dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih JOKOWI sebagai presiden karena jika rakyat memilih jokowi Indonesia akan menjadi hebat.
20.	20	1 INDONESIA Coblos Garuda Merah nya	Perintah	Sugesti	Pada kalimat nomer (20) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat Coblos Garuda Merah nya dijelaskan bahwa rakyat Indonesia harus memilih Presiden yang berlambangkan garuda merah. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (20) ini adalah sugestis dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih Presiden yang berlambangkan garuda merah.
21.	21	GARUDA DI DADAKU! Pastikan Subsidi BBM & PUPUK Tetap Ada	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (21) ini adalah kalimat seru ditunjukan dengan adanya tanda seru yang ada di akhir kalimat GARUDA DI DADAKU! dijelaskan jika rakyat Indonesia memilih lambang burung garuda maka subsidi bbm dan pupuk tetap ada. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (21) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat pastikan subsidi bbm dan pupuk tetap ada, mereka terpilih karena adanya keseimbangan dengan rakyat.
22.	22	MERAKYAT, DARI RAKYAT, PASTI TIDAK MELUPAKAN RAKYAT!!! JOKOWI ADALAH KITA 2	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (22) ini adalah kalimat seru ditunjukan dengan adanya tanda seru yang ada di akhir kalimat MERAKYAT, DARI RAKYAT, PASTI TIDAK MELUPAKAN RAKYAT!!! Dijelaskan bahwa jokowi adalah sosok dari rakyat yang akan menjadi Presiden dan tidak akan melupakan rakyatnya. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (22) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat MERAKYAT, DARI RAKYAT, PASTI TIDAK MELUPAKAN RAKYAT!!! mereka terpilih karena adanya kesamaan dengan rakyat.
23.	23	"MERDEKA UNTUK MEMILIH" PILIH SATU KARENA SAYA CINTA INDONESIA	Perintah	Rasional	Pada kalimat nomer (23) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat PILIH SATU KARENA SAYA CINTA INDONESIA. Dijelaskan bahwa kalau kita cinta Indonesia maka kita harus memilih calon Presiden dengan nomor urut satu. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (23) ini adalah rasional disebutkan jika kita memilih nomor 1 maka itu tandanya kita cinta Indonesia. Hal itu merupakan sebuah pemikiran logis dalam berkampanye jika mencoblos no 1 maka pemilih sebagai bagian dari Indonesia dapat mencintai negara Indonesia dan mendapatkan pemimpin yang baik

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
					untuk indonesia.
24.	24	GARUDA DI DADAKU! Cerdas. Tegas, Mampu Memimpin Indonesia !	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (24) ini adalah kalimat seru ditunjukan dengan adanya tanda seru yang ada di akhir kalimat GARUDA DI DADAKU! Cerdas, Tegas, Mampu Memimpin Indonesia! Dijelaskan bahwa calon Presiden yang ber lambangkan burung garuda dapat memimpin Indonesia dengan baik. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (24) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat Cerdas, Tegas, Mampu Memimpin Indonesia karena Indonesia butuh sosok yang bisa memimpin Indonesia dengan baik.
25.	25	GARUDA DI DADAKU ! Hapuskan Sistem Outsourcing!	Perintah, Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (25) ini merupakan kalimat perintah dan seru karena terdapat tanda seru yang ada di dalam kalimat tersebut, dijelaskan pada kalimat GARUDA DI DADAKU! Hapuskan Sistem Outsourcing! Dijelaskan bahwa jika rakyat Indonesia memilih calon Presiden yang ber lambangkan burung garuda maka sistem outsourcing akan di hapuskan. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (25) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat GARUDA DI DADAKU! calon Presiden diibaratkan dengan burung garuda yang bisa terbang tinggi dan kuat maka jika Indonesia memilih calon Presiden dengan lambang burung garuda maka Indonesia akan menjadi sangat disegani dan kuat.
26.	26	GERAKAN PERUBAHAN INDONESIA HEBAT SUDAH WAKTUNYA BANGSA INI DI PIMPIN SATRIO PININGIT YANG MAMPU NOTO NEGORO	Berita	Identifikasi	Pada kalimat nomer (26) ini adalah kalimat berita ditunjukkan kalimat GERAKAN PERUBAHAN INDONESIA HEBAT SUDAH WAKTUNYA BANGSA INI DI PIMPIN SATRIO PININGIT YANG MAMPU NOTO NEGORO, dijelaskan bahwa orang yang mampu memimpin Indonesia adalah orang yang mempunyai keyakinan untuk bisa membawa Indonesia lebih maju. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (26) ini adalah identifikasi dijelaskan dari kalimat SATRIO PININGIT YANG MAMPU NOTO NEGORO di dalam kalimat tersebut mengidentifikasikan seorang ksatria yang mampu memimpin negara adalah sosok yang kuat dan mempunyai tekak untuk bisa memimpin Indonesia.
27.	27	Rakyat Bersatu Coblos No. 1	Perintah	Proyeksi	Pada kalimat nomer (27) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat Rakyat Bersatu Coblos No. 1 dijelaskan bahwa rakyat harus bersatu dan memilih calon presiden yang bernomor urut 1. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (27) ini adalah proyeksi dijelaskan pada kalimat Rakyat Bersatu Pilih No. 1 teknik proyeksi terlihat disini dalam usaha menyamakan kedudukan antara pemimpin dengan rakyatnya. Disebutkan di mana pemimpin yang baik adalah berasal dari rakyatnya.
28.	28	AYO MILIH SING WANGUN LAN MITAYANI Membawa Indonesia Makmur 1 PRABOWO HATTA	Perintah	Sugesti	Pada kalimat nomer (28) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat AYO MILIH SING WANGUN LAN MITAYANI, dijelaskan bahwa kita sebagai rakyat Indonesia harus memilih calon presiden yang dapat mengayomi rakyatnya. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (28) ini adalah sugestis dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih PRABOWO HATTA sebagai presiden karena mampu membawa Indonesia menjadi makmur dalam pertanian dan di segala bidang.
29.	29	PRABOWO HATTA Nyuwun Doa Pangestu	Berita	Rasional	Pada kalimat nomer (29) ini adalah kalimat berita ditunjukkan kalimat PRABOWO HATTA Nyuwun Doa Pangestu, dijelaskan bahwa seorang PRABOWO HATTA meminta doa agar mereka terpilih sebagai presiden

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
					Indonesia. . Teknik persuasif yang terdapat di nomer (29) ini adalah rasional disebutkan bahwa PRABOWO HATTA meminta doa agar apa yang mereka tuju terlaksana.
30.	30	GERAKAN BERSAMA PRABOWO HATTA KERJA NYATA Untuk Rakyat Indonesia	Berita	Konformitas	Pada kalimat nomer (30) ini adalah kalimat berita ditunjukkan kalimat GERAKAN PRABOWO HATTA KERJA NYATA Untuk Rakyat Indonesia, dijelaskan bahwa kerja yang nyata ntuk Indonesia ialah jika rakyat Indonesia memilih PRABOWO HATTA sebagai Presiden Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (30) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat GERAKAN BERSAMA PRABOWO HATTA KERJA NYATA bahwa rakyat Indonesia harus memilih Prabowo Hatta agar mereka bisa melihat kerja yang nyata atau tidak.
31.	31	Harga BBM & Sembako Murah PRABOWO HATTA	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (31) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat Harga BBM & Sembako Murah Prabowo Hatta dijelaskan bahwa jika rakyat Indonesia memilih Prabowo Hatta maka mereka akan menurunkan harga BBM dan sembako. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (31) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat Harga BBM & Sembako Murah Prabowo Hatta bahwa jika rakyat Indonesia memilih Prabowo Hatta maka mereka akan menurunkan harga BBM dan sembako
32.	32	PRESIDENKU! JOKOWIDODO Jujur, Rakyat, Sederhana	Seru	Identifikasi	Pada kalimat nomer (32) ini adalah kalimat seru ditunjukan dengan adanya tanda seru yang ada di akhir kalimat, dijelaskan dalam kalimat PRESIDENKU! JOKOWIDODO Jujur, Rakyat, Sederhana bahwa rakyat Indonesia wajib memilih JOKOWI sebagai Presiden karena bisa menyatu dengan rakyat. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (32) ini adalah identifikasi dijelaskan dari kalimat Jujur, Rakyat, sederhana di ibaratkan bahwa seorang sosok JOKOWI adalah orang yang Jujur, Rakyat dan sederhana maka rakyat Indonesia tidak akan salah memilih dia menjadi Presiden.
33.	33	OJO KUWL...!!! IKI WAE .....!!! MP3 MASYARAKAT PENDUKUNG PRABOWO PRESIDEN	Perintah, Seru	Sugesti	Pada kalimat nomer (33) ini merupakan kalimat perintah dan seru karena terdapat tanda seru yang ada di dalam kalimat tersebut, dijelaskan pada kalimat OJO KUWL...!!! IKI WAE...!!! merupakan perintah agar memilih capres dan cawapres yang ini (Prabowo) bukan yang lainnya. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (33) ini adalah sugesti dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih PRABOWO sebagai PRESIDEN.
34.	34	Jangan Digusur...!!! PKL Harus Diberdayakan...!!! PRABOWO HATTA Presiden & Wapresnya Pedagang Kaki Lima	Berita, Perintah, Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (34) menjelaskan bahwa variasi kalimat yang terdapat di kalimat tersebut adalah kalimat berita, perintah dan seru karena ada 3 kalimat yang berbeda. Kalimat perintah dan seru di jelaskan dalam kalimat Jangan Digusur...!!! PKL Harus Diberdayakan...!!! jika PRABOWO HATTA terpilih menjadi Presiden maka PKL tidak akan digusur, mereka akan diberdayakan untuk perkembangan ekonomi kedepan. Sedangkan kalimat berita dijelaskan pada kalimat PRABOWO HATTA Presiden & Wapresnya Pedagang Kaki Lima sama seperti pengertian diatas jika jika PRABOWO HATTA terpilih menjadi Presiden maka PKL tidak akan digusur, mereka akan diberdayakan dan mencerminkan bahwa PRABOWO HATTA peduli juga dengan PKL. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (34) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat PRABOWO HATTA Presiden & Wapresnya Pedagang Kaki Lima karena PRABOWO HATTA akan menjadi Presiden nya para PKL karena mereka akan diberdayakan.
35.	35	GERINDRA MENANG	Seru	Substitusi	Pada kalimat nomer (35) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
		PRABOWO PRESIDEN			bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat GERINDRA MENANG PRABOWO PRESIDEN, dijelaskan bahwa jika PRABOWO MENJADI Presiden maka partai yang mengusung Prabowo akan menang dengan pihak partai lain. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (34) ini adalah substitusi dijelaskan dari kalimat GERINDRA MENANG PRABOWO PRESIDEN, kalimat ini menunjukkan penggantian diri dari GERINDRA menjadi Prabowo. Gerindra merupakan nama partai yang mengusung Prabowo sebagai Calon Presiden RI, sehingga disebutkan apabila GERINDRA menang maka Prabowo akan menjadi Presiden.
36.	36	GARUDA DI DADAKU Dana 1 miliar desa/ kelurahan	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (36) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat GARUDA DI DADAKU Dana 1 miliar desa/kelurahan dijelaskan bahwa capres yang berlambangkan burung garuda terpilih maka dana 1 miliar untuk desa dan kelurahan akan turun. Itu merupakan strategi para capres agar terpilih sebagai Presiden. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (36) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat GARUDA DI DADAKU Dana 1 miliar desa/kelurahan dijelaskan bahwa capres yang berlambangkan burung garuda terpilih maka dana 1 miliar untuk desa dan kelurahan akan turun.
37.	37	PILPRES 9 JULI 2014 COBLOS PRABOWO- HATTA NOMOR 1 UNTUK INDONESIA MAJU	Perintah	Konformitas	Pada kalimat nomer (37) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat PILPRES 9 JULI 2014 COBLOS PRABOWO HATTA NOMOR 1 UNTUK INDONESIA MAJU. Dijelaskan bahwa pilpres tanggal 9 juli rakyat harus memilih capres nomor urut 1 yaitu PRABOWO HATTA menjadi Presiden dan untuk memajukan Indonesia agar lebih baik. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (37) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat PILPRES 9 JULI 2014 COBLOS PRABOWO HATTA NOMOR 1 UNTUK INDONESIA MAJU di ibaratkan bahwa nomor 1 bisa memajukan Indonesia dan akan menjadikan Indonesia menjadi lebih baik.
38.	38	Jokowi PRESIDENKU JUJUR-SEDERHANA- BEKERJA	Berita	Sugesti	Pada kalimat nomer (38) ini adalah kalimat berita ditunjukkan kalimat Jokowi PRESIDENKU JUJUR-SEDERHANA-BEKERJA dijelaskan bahwa sosok Jokowi adalah calon Presiden yang jujur-sederhana dan bekerja tidak akan melupakan rakyat Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (38) ini adalah sugesti dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih Jokowi sebagai PRESIDEN karena dia sosok yang bisa dipercaya oleh rakyat karena kejujurannya.
39.	39	JOGJA ISTIMEWA UNTUK INDONESIA JOKOWIDODO-JUSUF KALLA Pemilih militan ora bitingan ora wedi intimidasi...!	Berita, Seru	Identifikasi	Pada kalimat nomer (39) menjelaskan bahwa variasi kalimat yang terdapat di kalimat tersebut adalah kalimat berita dan seru karena ada 3 kalimat yang berbeda. Kalimat berita dijelaskan pada kalimat JOGJA ISTIMEWA UNTUK INDONESIA JOKOWIDODO-JUSUF KALLA bahwa jogja akan lebih istimewa jika terpilihnya Jokowi Jusuf Kalla menjadi Presiden Indonesia sedangkan kalimat seru dijelaskan dalam kalimat Pemilih militan ora bitingan ora wedi intimidasi...! bahwa pemilih yang militan tidak akan terintimidasi akan segala hal yang berbau provokasi agar memilih capres yang beda. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (39) ini adalah identifikasi dijelaskan dari kalimat JOGJA ISTIMEWA UNTUK INDONESIA JOKOWIDODO-JUSUF KALLA karena Presiden yang kuat tidak akan takut intimidasi yang akan terjadi nanti.
40.	40	COBLOS NO.2 PRESIDEN-WAKIL	Perintah	Sugesti	Pada kalimat nomer (40) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
		PRESIDEN RI PERIODE 2014-2019 Bersih, Jujur, Rendah Hati, Sederhana & Merakyat Bekerja keras & cepat untuk kesejahteraan rakyat Bertindak tegas dalam penegakan hukum & pemberantasan korupsi			menimbulkan perintah seperti kalimat COBLOS NO 2 PRESIDEN-WAKIL PRESIDEN RI PERIODE 2014-2019 dijelaskan bahwa rakyat Indonesia wajib memilih capres dengan nomor urut 2. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (40) ini adalah sugesti dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih Jokowi sebagai PRESIDEN karena dia sosok yang bisa dipercaya oleh rakyat karena bersih, jujur, rendah hati dan sederhana. Dan presiden yang baik itu adalah mementingkan kesejahteraan rakyatnya.
41.	41	OJO LALI REBO 9 JULI COBLOS NOMER 1	Perintah	Sugesti	Pada kalimat nomer (41) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat OJO LALI REBO 9 JULI COBLOS NOMER 1 dijelaskan bahwa rakyat Indonesia jangan lupa pada tanggal 9 juli jangan lupa memilih capres dengan nomor 1. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (41) ini adalah sugesti dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih capres nomer urut 1 untuk menjadi presiden.
42.	42	PRESIDEN KITA PILIHAN BERSAMA INDONESIA SEJAHTERA & BERMARTABAT PRABOWO-HATTA	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (42) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat PRESIDEN KITA PILIHAN BERSAMA INDONESIA & BERMARTABAT PRABOWO-HATTA dijelaskan bahwa calon Presiden yang bisa mensejahterkan Indonesia yaitu Prabowo-Hatta. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (42) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat PRESIDEN KITA PILIHAN BERSAMA INDONESIA & BERMARTABAT dijelaskan bahwa Prabowo-Hatta bisa memberikan kesejahteraan dan martabat bagi Indonesia jika mereka terpilih sebagai Presiden.
43.	43	PRABOWO for PRESIDENT PENYELAMAT NKRI	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (43) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat PRABOWO for PRESIDENT PENYELAMAT NKRI dijelaskan bahwa Prabowo adalah orang yang layak sebagai Presiden karena beliau sudah bisa menyelamatkan NKRI dari musuh. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (43) ini adalah konformitas dijelaskan dari kalimat PENYELAMAT NKRI bahwa seorang Prabowo dapat menyelamatkan NKRI dan dapat di percaya sebagai Presiden Indonesia.
44.	44	RAKYAT BERSATU MEMILIH JOKOWI-JK COBLOS NOMOR 2	Perintah	Sugesti	Pada kalimat nomer (44) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat RAKYAT BERSATU MEMILIH JOKOWI-JK COBLOS NOMOR 2 dijelaskan bahwa rakyat harus bersatu untuk memilih capres dengan nomor urut 2 yaitu Jokowi-Jk. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (44) ini adalah sugesti dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih capres nomer urut 2 yaitu Jokowi-Jk untuk menjadi presiden.
45.	45	JOKOWI-JK OJO LALI COBLOS NO	Perintah	Konformitas	Pada kalimat nomer (45) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
		2 KOALISI DENGAN HATI TANPA TRANSAKSI			menimbulkan perintah seperti kalimat JOKOWI-JK OJO LALI COBLOS NO 2 dijelaskan bahwa rakyat Indonesia jangan sampai lupa untuk memilih capres no urut 2 yaitu Jokowi- Jk. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (45) ini adalah konformitas dari kalimat KOALISI DENGAN HATI TANPA TRANSAKSI dijelaskan bahwa koalisi Jokowi-Jk bukan Cuma sekedar transaksi belaka tetapi dari hati dan dapat di percaya oleh rakyat.
46.	46	GARUDA DI DADAKU! Lindungi & Kembangkan Pasar tradisonal	Seru	Kompensasi	Pada kalimat nomer (46) ini adalah kalimat seru ditunjukan dengan adanya tanda seru yang ada di akhir kalimat dijelaskan dalam kalimat GARUDA DI DADAKU! sebuah lambang garuda yang dapat membangkitkan kesejahteraan Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (46) ini adalah kompensasi dari kalimat Lindungi & Kembangkan Pasar tradisional dijelaskan bahwa jika capres yang mempunyai lambang garuda di dada akan melindungi dan mengembangkan pasar tradisional jika mereka terpilih sebagai Presiden.
47.	47	Pilih Pemimpin yang Tegas, Jujur & Berwibawa Untuk Indonesia yang bermartabat PRABOWO-HATTA Coblos No 1	Perintah	Identifikasi	Pada kalimat nomer (47) ini merupakan kalimat perintah, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan perintah karena kalimat perintah juga bisa dibaca dengan nada perintah, kalimat tersebut menimbulkan perintah seperti kalimat Pilih Pemimpin yang Tegas, Jujur & Berwibawa Untuk Indonesia yang bermartabat PRABOWO-HATTA Coblos No.1 dijelaskan bahwa jika rakyat Indonesia memilih Prabowo sebagai Presiden maka Indonesia akan bermartabat dan berwibawa di mata dunia. . Teknik persuasif yang terdapat di nomer (47) ini adalah identifikasi dijelaskan dari kalimat Pilih Pemimpin yang Tegas, Jujur & Berwibawa dijelaskan bahwa seorang Presiden itu harus orang yang Tegas, Jujur & Berwibawa seperti Prabowo-Hatta.
48.	48	BERSAMA JOKOWI-JK MENUJU INDONESIA KUAT INDONESIA HEBAT	Seru	Sugesti	Pada kalimat nomer (48) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat BERSAMA JOKOWI-JK MENUJU INDONESIA KUAT INDONESIA HEBAT dijelaskan bahwa jika Jokowi terpilih sebagai Presiden maka Indonesia akan menjadi kuat dan hebat. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (48) ini adalah sugesti dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih capres yaitu Jokowi-Jk untuk menjadi presiden.
49.	49	TEGAS TAPI SANTUN JOKOWI ADALAH KITA RELAWAN MERAH PUTIH	Seru	Konformitas	Pada kalimat nomer (49) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat TEGAS TAPI SANTUN JOKOWI ADALAH KITA RELAWAN MERAH PUTIH dijelaskan bahwa seorang Jokowi itu sosok yang tegas dan santun. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (49) ini adalah konformitas dari kalimat kalimat TEGAS TAPI SANTUN JOKOWI ADALAH KITA dijelaskan bahwa sosok Jokowi itu adalah dari kita/rakyat yang mampu di andalkan.
50.	50	PEMUDA BERSATU PILIH NO.1 PRABOWO HATTA SELAMATKAN INDONESIA!	Seru	Sugesti	Pada kalimat nomer (50) ini adalah kalimat seru ditunjukan dengan adanya tanda seru yang ada di akhir kalimat, PEMUDA BERSATU PILIH NO.1 PRABOWO HATTA SELAMATKAN INDONESIA. Dijelaskan bahwa para pemuda akan bersatu untuk memilih Prabowo Hatta sebagai Presiden Indonesia. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (50) ini adalah sugesti dijelaskan maksud membujuk atau mempengaruhi agar memilih capres yaitu Jprabowo Hatta untuk menjadi presiden.
51.	51	1 NUSA 1 BANGSA Anak Muda yang Cerdas Pilih Pemimpin yang	Seru	Rasional	Pada kalimat nomer (51) ini merupakan kalimat seru, tidak terdapat tanda seru bukan berarti kalimat tersebut bukan seruan karena kalimat seru juga bisa dibaca dengan nada seruan kalimat tersebut menimbulkan seruan seperti kalimat 1 NUSA 1 BANGSA Anak Muda yang Cerdas Pilih Pemimpin yang Tegas dijelaskan bahwa anak

No	Kode	Data	Variasi Kalimat	Teknik Persuasif	Keterangan
		Tegas			muda yang cerdas itu adalah anak muda yang tidak mudah terprovokasi atas pilihan capres orang lain akan tetapi tetap pada pendiriannya sendiri. Teknik persuasif yang terdapat di nomer (51) ini adalah rasional dijelaskan bahwa seorang anak muda harus bisa mempertahankan pendiriannya untuk memilih Presiden.



**Lampiran 3. Foto-foto Spanduk Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden RI Di Kota Yogyakarta Tahun 2014**

























































**COBLOS**  
**NO. 2**  
**PRESIDEN-WAKIL PRESIDEN RI**  
PERIODE 2014 - 2019

**Bersih, Jujur, Rendah Hati,  
Sederhana & Merakyat**



**JOKOWI-JK**  
Ir. H. Joko Widodo - Drs. H. Yusuf Kalla

Bekerja keras & cepat untuk kesejahteraan rakyat  
Bertindak tegas dalam penegakan hukum & pemberantasan korupsi



